Der Arbeitsmarkt in der Presse zu Frankfurt a. M. vom 1. ...

R. Neubauer



Probleme der Fürsorge.

Abhandlungen der Centrale für private Fürsorge in Frankfurt am Main.

Erster Band.

R. Neubauer:

Der Arbeitsmarkt in der Presse zu Frankfurt a. M.

vom 1. Oktober 1900 bis zum 30. September 1901 nebst einer Erhebung über die gleichzeitige Tätigkeit der privaten und gemeinnützigen Institute für Arbeitsvermittlung.

Dresden 1905 Verlag von O. V. Böhmert.

Probleme der Fürsorge.

Untersuchungen im Auftrage der Centrale für private Fürsorge in Frankfurt a. M.

Herausgegeben von

Dr. Chr. J. Klumker.

Erster Band.

Der Arbeitsmarkt in der Presse zu Frankfurt a. M.

vom 1. Oktober 1900 bis zum 30. September 1901 nebst einer Erhebung über die gleichzeitige Tätigkeit der privaten und gemeinnützigen Institute für Arbeitsvermittlung

von R. Neubauer.



Dresden, 1905
Verlag von O. V. Böhmert.

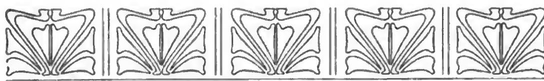
Vorwort

Als von privater Seite in Frankfurt a. M. im Jahre 1901 Mittel aufgebracht wurden, um der Not der Arbeitslosen abzuhelfen, erwies es sich als besonders schwierig, für die höheren Schichten Arbeitsgelegenheit zu schaffen. Eine Schreibstube war rasch eingerichtet; eine nutzbringende Arbeit ohne die bestehenden Einrichtungen zu schädigen mußte erst gesucht werden. Vor allem bedurften wir einer Arbeit, die sich dem Bestande wie den Fähigkeiten der Beschäftigten anpassen ließ. Neben einer Anzahl kleiner Erhebungen, die auf Wunsch eines Vorstandsmitgliedes der Centrale für private Fürsorge veranstaltet wurden, griff ich auf eine Arbeit zurück, zu der ich die erste Anregung Herrn Professor K. Bücher verdanke: die Rolle der Presse in der Arbeitsvermittlung zu untersuchen, lag doch auch praktisch dieses Gebiet den fürsorglichen Problemen sehr nahe, vor die uns die Arbeitslosigkeit stellte. Nur die erste Anordnung der Arbeit ging von mir aus, dann übernahm Herr R. Neubauer neben der technischen Leitung auch die wissenschaftliche Bearbeitung der Untersuchung. Aus seiner Feder stammt die folgende Arbeit. Freilich erforderte diese eingehende Statistik bedeutende Mittel. Allein nur, indem dieser Aufwand in der Unterstützung der Arbeitslosen seine Begründung fand, war es möglich, ein Gebiet der Arbeitsvermittlung zu durchforschen, das bisher viel zu geringe Beachtung fand.

Dieser Schrift werden einige weitere Untersuchungen folgen. Bisher ist die private Fürsorge vorwiegend als praktische Tätigkeit angesehen worden, die weder selbst zu wissenschaftlicher Vertiefung sonderlich Veranlassung hat, noch der wissenschaftlichen Arbeit wertvolle Probleme stellt. Beides sehr mit Unrecht! Nicht bloß bietet die fürsorgliche Arbeit gelegentlich Anlaß, ihre Mittel wissenschaftlich auszunutzen, sondern — und das wollen die folgenden Untersuchungen zeigen — sie selbst bietet wissenschaftliche Aufgaben, deren Lösung für die Gestaltung der praktischen Fürsorge unerläßlich ist.

Frankfurt a. M., April 1905.

Dr. Chr. J. Klumker.



Inhaltsübersicht.

Anhang.

Einleitung.

Wie wird Arbeit ausgeboten?

Wie wird sie gesucht und erlangt?

Ueber diesen Prozeß von Arbeitsangebot und Arbeitsnachfrage und den Ausgleich beider ein klares Bild zu gewinnen, wurden schon verschiedene Versuche gemacht. Sie sind allemal auf nicht geringe Schwierigkeiten gestoßen und mußten immer Lücken zeigen. Bis zur steten, wohlregulierten, durchgreifenden Beobachtung des Arbeitsmarktes, die dem praktischen und wissenschaftlichen Interessenten eine beständige Übersicht gäbe, wird noch lange Zeit verstreichen. Wenn inzwischen periodische Berichte größeren Umfangs, wenn der Jastrowsche „Arbeitsmarkt“, das „Reichsarbeitsblatt“ sehr geeignet sind, den Arbeitsmarkt im Reich und in den Provinzen zu beleuchten, so sind damit doch nicht alle, besonders nicht die lokalen Verhältnisse klar gelegt; denn diese überschreiten sehr stark die Grenzen, die jenen periodischen Berichten von Natur aus gezogen sind.

Jeder weiß, in welchen Hauptvorgängen der lokale Arbeitsmarkt sich abspielt: durch Annoncieren in der Presse und durch Arbeitsvermittlung, die entweder gemeinnützig oder privatwirtschaftlich ist. Bei diesen drei Vorgängen hat die wissenschaftliche Beobachtung einzusetzen. Registriert sie von hier aus die Zahl der gemeldeten offenen Arbeitsstellen (Arbeitsangebote)[1]) und der Bewerbungen um Arbeit (Arbeitsgesuche)[1]), so vermag sie damit annähernd ein Bild des lokalen Arbeitsmarktes zu entwerfen. Kein wirklich vollständiges natürlich, denn es scheiden da immer noch die Fälle aus, wo Arbeitsstellen einfach durch persönliche Bekanntschaft oder durch bloße persönliche Umfrage, die noch beträchtliche Bedeutung hat, erlangt wurden.

Der Versuch, den wir hier veröffentlichen, den Arbeitsmarkt an der Hand der Anzeigen in der Presse zu verfolgen, ist neu; er führte

---

[1]) Über beide Begriffe vergl. S. 115 ff.

auch auf neue Gesichtspunkte in der Stoffverarbeitung. Dieses Selbstverständliche beiseite setzend, legen wir ein Hauptgewicht auf die relativ große Vollständigkeit des Materials, die bei diesem Verfahren wie bei keinem anderen zustande kommt. Das ist so zu verstehen: Die bisherigen Versuche, den Arbeitsmarkt durch Zahlen darzustellen, hielten sich teils an die Berichte der städtischen Arbeitsvermittlungsstellen, teils an die Anmeldungen zur Krankenkasse. Was die letzteren betrifft, so geben sie nur Material über besetzte Arbeitsstellen. Angebot und Nachfrage sind außer Sicht. Aushilfsarbeiter und alle Nebenbeschäftigungen bleiben unbeachtet. Ebenso alle selbständig in oder außer dem Hause Tätigen, wie z. B. Friseusen, Büglerinnen, Schneider usw. — alle diese sind durch die Krankenkassen nicht zu ermitteln. Das gilt von den selbständigen Gewerbetreibenden überhaupt. Das von den Krankenkassen erreichbare Material entbehrt also sehr der Vollständigkeit. Auch die städtischen Arbeitsvermittlungsstellen sind in gleicher Lage; denn nur ein kleiner Teil aller Bewerbungen und Angebote passiert diese Institute. Da kommen Erwerbszweige nur ganz vereinzelt vor, die zum Arbeitsmarkt in der Presse ein ganz gewaltiges Kontingent stellen, wie z. B. die höheren Schichten im Handelsgewerbe. Diese städtischen Institute haben dagegen den Vorteil, daß sie nicht nur über besetzte Stellen, sondern auch über Gesuche und Angebote Buch führen; sie könnten daher, wo sie in der Entwicklung genügend vorgeschritten sind, passende Vergleichszahlen geben zu dem Material, das man aus den Annoncen in der Presse gewinnt.

Die Mängel in dem Material der Krankenkassen und städtischen Arbeitsvermittlungsstellen machen sich besonders bei der Beobachtung des lokalen Arbeitsmarktes geltend. Dagegen sind jene Institute unentbehrlich, wo es sich um eine allgemeine Übersicht über die Arbeitsmarktverhältnisse im ganzen Lande handelt. Dort werden sie, wie bei den oben erwähnten statistischen Zeitschriften, mit Notwendigkeit und Erfolg herangezogen. Die vorläufig noch fühlbaren Schranken ihres statistischen Wertes in der angegebenen Richtung werden jedoch öfter, wie es scheint, nicht genügend in Betracht gezogen. Wenn unsere Ausführung sie neuerdings zum Bewußtsein bringt, so schränkt das ihren positiven Nutzen für die laufenden Berichte nicht ein, und hindert andererseits ihre unzweckmäßige Überschätzung in Bezug auf das Detail.

Das Material der vorliegenden Arbeit entstammt den Annoncen der Presse und den zahlenmäßigen Auszügen der gemeinnützigen und privatgeschäftlichen Arbeitsvermittlung in Frankfurt a. M. Es handelt

sich um die Zeit vom 1. Oktober 1900 bis 30. September 1901. Die in diesem Jahre erschienenen Arbeitsangebote und -gesuche aus „Frankfurter Zeitung", „Generalanzeiger" und „Intelligenzblatt" sind Stück für Stück auf Zettel geklebt resp. geschrieben und nach verschiedenen Gesichtspunkten gruppiert, auch nach ihren Kostensätzen berechnet worden. Die gleichen Gruppierungen und Berechnungen haben wir mit dem Material der „Kleinen Presse", der „Volksstimme" und des „Allgemeinen Anzeigers für Druckereien" mit Hilfe von Strichelung vorgenommen; diese Zeitungen waren nicht anders zu erreichen. Die Gliederung geht bei ihnen nichtsdestoweniger ziemlich ebenso stark ins Detail wie bei den anderen, die ein reicheres Material stellen. Das Ganze ist in zwei Teilen behandelt: unmittelbare Annoncen und solche, die durch Vermittlungsstellen aufgegeben wurden. Jede dieser Gruppen hat in sich die Scheidung zwischen Angeboten und Gesuchen. Diese wiederum sind gesondert, wie sie männliche oder weibliche Personen betreffen.

Die Presse liefert in ziemlicher Vollständigkeit Arbeitsangebote (offene Stellen) und Arbeitsgesuche für alle hier am Platz vorhandenen Berufsgruppen; dagegen berichtet sie nicht von Arbeitsstellen, die besetzt wurden. Mit den Vermittlungsinstituten verhält es sich umgekehrt, sie geben über besetzte Stellen Bescheid, aber nicht über Gesuche und Angebote.

Es muß hervorgehoben werden, daß der Genauigkeit der aus dem Annoncenstoff genommenen Zahlen gegenübersteht die nicht so große Zuverlässigkeit jener Zahlen, die uns die Vermittlungsbureaus lieferten und die wir nicht eben alle durch Einsicht in die Bücher auf ihre Richtigkeit hin prüfen konnten. Mehrere dieser Institute erklärten sich von vornherein nicht imstande, vollkommen genaue Zahlen anzugeben, und wir mußten uns mit annähernd genauen zufrieden geben. Von einigen wenigen kleineren Instituten waren die Zahlen überhaupt nicht zu bekommen. Darum werden wir im weiteren immer den reinen Annoncenstoff zugrunde legen, wo von genauer bestimmten Verhältnissen die Rede ist; den weiteren Stoff ziehen wir mit Vorbehalt zu Vergleichungen heran.

Werfen wir noch einen Blick auf das gesamte Gebiet der Arbeitsmarktstatistik, um die Art unserer Arbeit näher zu charakterisieren im Vergleich mit den anderen Arbeiten auf diesem Gebiete. Zunächst müssen wir uns darüber klar sein, daß eine Arbeitsmarktstatistik niemals als Individualstatistik aufzufassen ist. Der Stoff

dieser Statistik ist, wenn man ihn zu individualisieren trachtet, von einer ganz unvergleichlichen Sprödigkeit. Jede Arbeitsmarktstatistik kann genau genommen nur dreierlei Sachen aufklären:

a) Wievielmal wurde an bestimmten Stellen in einem bestimmten Zeitraum der Wunsch geäußert, Arbeit angewiesen zu bekommen?

b) Wievielmal wurde an den gleichen Stellen im gleichen Zeitraum der Wunsch geäußert, eine Arbeit zu vergeben?

c) Wievielmal ist im selben Zeitraum an der gleichen Stelle eine Arbeitsstelle wirklich vergeben worden?

Schon bei oberflächlicher Betrachtung zeigt es sich, daß nur Fälle, nicht Personen in der Antwort auf diese Fragen auftreten können. Denn wer hindert z. B., daß die einzelne Person an drei Stellen zugleich um Arbeit nachsucht? Die Zahlensumme von diesen drei Stellen würde natürlich sofort drei Personen geben statt einer, wenn man von Personen sprechen wollte, wo es sich in der Tat nur um Fälle handeln kann. Von einer Individualstatistik ist da also tatsächlich nicht die Rede. Allerdings ist es nicht eigentlich nach dem Wesen der Sache unmöglich, die Statistik in Bezug auf diese drei Fragen zu individualisieren. In Wirklichkeit wird aber das Zurückführen der Fälle auf die Person nirgends gemacht und ist auch, praktisch betrachtet, kaum durchführbar. Ziehen wir zum erläuternden Beispiel die städtischen Arbeitsnachweise heran: es würde, um diese statistische Tätigkeit herbeizuführen, neben anderen umständlichen Einrichtungen auch eine ganz schwierige Vergleichung zwischen den verschiedenen Nachweisstellen geschaffen werden müssen, um, wo es sich z. B. um Jahressummen handelt, sämtliche Arbeitsgesuche, die eine Person X. im Verlauf dieses Jahres vielleicht zu mehrern Malen bei mehreren Nachweisstellen aufgegeben hat, auf diese zurückführen zu können.

Ferner muß man sich wohl hüten, die interessanten Resultate bei den Arbeitsnachweisen wie bei den Krankenkassen als eine Darstellung der Lage des gesamten Arbeitsmarktes aufzufassen, wie sie in der Beobachtungszeit vorhanden gewesen sein soll. Denn in eben derselben Zeit sind eine Menge Arbeitsstellen frei gewesen und besetzt worden, ohne daß bei den Arbeitsnachweisämtern oder sonst an irgend einer öffentlichen Stelle, die der Statistik zugänglich ist, überhaupt etwas davon bekannt wurde. Es sind eine Menge Vakanzen durch Umfrage erledigt worden; eine Menge Stellenbesetzungen sind erfolgt durch Gefälligkeitsvermittlung, durch

gewerbsmäßige Vermittlung, durch Vermittlung in der Presse. Mit einem Wort: die öffentlichen und sonstigen der Statistik zugänglichen Arbeitsnachweisstellen bilden in ihrer Gesamtheit weitaus nicht den Rahmen, in dem das wirkliche Bild des Arbeitsmarktes sichtbar wird. Ich schweige von den vielen Arbeitslosen, die sich in gegebener Lage bei den öffentlichen Nachweisstellen überhaupt nicht erst melden, weil dort nach ihren Erkundigungen zurzeit eine so lange Liste von Vormerkungen in ihrem Gewerbe vorhanden ist, daß es die Mühe nicht lohnte, diese Liste noch zu verlängern. Ich schweige von der großen Zahl der Hausarbeiter, deren Erwerb sich in beständigem Schwanken nach dem Bedürfnis von nur einzelnen Geschäftsfirmen richtet, für die sie zu arbeiten pflegen — Schwankungen, die nur zum kleinsten Teil nach außen bekannt werden und sich z. B. in der Frequenz der Arbeitsnachweise fast gar nicht widerspiegeln, wie dies in den Kleingewerbsverhältnissen begründet ist.

Und noch eins: die mehrfach zitierten städtischen Arbeitsnachweise, die als wichtige Quellen für diese statistischen Aufnahmen benutzt werden müssen (obwohl sie nur einen vorläufig geringen Teil der gesamten Arbeitsvermittlung darstellen), unterscheiden sich voneinander sehr stark ebenso wohl in der Einteilung und Bezeichnung der Gewerbe, als auch besonders in der Festsetzung der bei ihnen üblichen Vormerksfristen, d. h. der Zeiträume, über welche hin der Arbeiter auf der Aspirantenliste geführt wird, und nach deren Verlauf er bei nicht erfolgter Plazierung gestrichen wird und sich dann von neuem eintragen lassen muß, wenn er sein Gesuch aufrecht erhält. Dieser Unterschied der Vormerksfristen ist von Wichtigkeit, weil er noch besondere Verwirrung in den Individualzahlen der Stellenbewerber stiftet. Nach dem tatsächlich geübten Verfahren der Statistik werden ja, wie gesagt, nur die Fälle gezählt, können nur die Fälle gezählt werden, also wird ein Arbeitsucher, nachdem seine vielleicht 14 tägige Vormerksfrist abgelaufen ist und er sich dann aufs neue hat eintragen lassen, fortan nochmals gezählt — das wären schon zwei Fälle auf einen Arbeiter in einem Monat. Natürlich kommt es aber auch vor, daß derselbe Arbeiter sich erst nach seinem qualifiziertem Gewerbe, bald jedoch, wenn er merkt, daß innerhalb dieses Gewerbes kein Platz frei wird, als unqualifizierter Arbeiter eintragen läßt. Er tritt also unter Umständen schon während der gleichen Vormerksfrist bereits in zwei Rubriken, also scheinbar als zwei Personen auf.

Es wäre da, wie man sieht, schon ein äußerst kunstvoller statistischer Apparat nötig, um die durch solche und andere vorhin charakteri-

fierte Umstände eintretenden Doppel- und Mehrzählungen für den Individualstatus zu vermeiden. Die Arbeitsnachweise jedoch, die oft noch auf sehr einfache Verhältnisse angewiesen sind, können an solche sorgfältige Statistik gar nicht denken, und wenn sie das auch könnten, so gäbe es, hiervon abgesehen, noch eine Menge anderer Umstände, die den Wert dieser Statistik einschränken würden und die wir zum Teil schon erörtert haben.

Inwieweit die Anmeldungen zur Krankenkasse einen Aufschluß über die Arbeitslage geben, wurde schon erörtert.

Wir fassen also kurz zusammen:

1. Alle vorhandene Arbeitsmarktstatistik ist nicht Individualstatistik, sondern nur Darstellung einzelner Fälle. 2. Alle vorhandene Arbeitsmarktstatistik ist von Haus aus unvollständig, weil die Quellen, aus denen sie schöpfen muß, eine beschränkte Ergiebigkeit haben; daher denn auch aus den positiven statistischen Ergebnissen nur ziemlich allgemeine Tendenzen gefolgert werden können und die Feststellung bestimmter statistischer Tatsachen, beispielsweise durch Prozentzahlen, Verhältniszahlen usw., mit der größten Vorsicht betrieben werden muß, wenigstens soweit diese Tatsachen für den gesamten Arbeitsmarkt Geltung haben oder ein reales Bild der gesamten Arbeitslage geben sollen.

Die spezielle Statistik des Arbeitsmarktes in der Presse bildet den Stoff des gegenwärtigen Versuches. Sie behandelt ein sehr kleines Teilgebiet im weiten, wenig erforschten Reiche der Arbeitsmarktstatistik. Ein kleines, aber wichtiges und noch nicht behandeltes Gebiet! Die Statistik des Arbeitsmarktes in der Presse steht in den zwei vorhin angeführten Punkten unter gleichen Bedingungen wie die Arbeitsmarktstatistik überhaupt: sie ist keine Individualstatistik und ihr Stoffgebiet ist beschränkt. Sie ist keine Individualstatistik, sondern eine Darstellung der Fälle. Der einzelne Fall ist hier die einzelne Annonce. In diesem Punkte teilt sie also die Schwächen, die der Arbeitsmarktstatistik im ganzen anhaften. Andererseits aber, was das beschränkte Stoffgebiet betrifft, so sind seine Grenzen in unserem Fall dermaßen genau erkennbar und der Ueberblick über den fraglichen Komplex so einfach — inwiefern hier von Einfachheit die Rede sein kann — daß man, bei der Voraussetzung solcher Übersichtlichkeit, in der Feststellung statistischer Tatsachen immerhin weitergehen darf als bei den sonstigen Darstellungen des Arbeitsmarktes, weil hier ja in den genau bestimmten Schranken des Stoffgebietes von vornherein auch der vollkommen anerkannte Rahmen für die aufgestellten Tat-

sachen gegeben ist, deren Gültigkeit über diesen Rahmen hinaus nur in seltenen Fällen, wo Wahrscheinlichkeit und Erfahrung dafür sprechen, prätendiert werden kann. Abgesehen von diesen seltenen Fällen sind die angeführten Tatsachen nur dem Arbeitsmarkt in der Presse eigen, und auch diesem zunächst nur insoweit, als er in Frankfurt a. M. in die Erscheinung tritt.

Es schien anfangs naheliegend, daß man sich wenigstens in etwas der Individualstatistik nähern könne durch Feststellung der häufiger auftretenden Annoncen über denselben Fall, und in der Tat haben wir in der stärkstbesetzten Zeitung etwa drei Monate hindurch diesen Versuch gemacht. Dieser Versuch, ungerechnet, daß er unter unseren besonderen Arbeitsverhältnissen (siehe das Vorwort zu den Tabellen) bedeutende Schwierigkeiten hatte, unterlag aber mit der zunehmenden Erkenntnis vom Wesen des Stoffes immer größeren Bedenken. Es wurde immer klarer, daß die Erhebung sich auch in beschränktem Grade auf individualistischem Boden nicht halten konnte. Der Inserent annonciert nicht selten in zwei Zeitungen zugleich und tritt demgemäß doppelt auf, ohne daß man diesen Umstand verfolgen und berücksichtigen kann. Häufig sind zwei oder mehr Personen in einer Annonce gemeinsam aufgeführt — ungerechnet die vielen Annoncen, die eine ganz unbestimmte, ungenannte Zahl von Arbeitgebern oder Arbeitnehmern ins Feld führen. Diese letzterwähnte Art von Annoncen wird besonders von den Vermittlungsinstituten eingerückt, jenen Instituten, die überhaupt ein zweifelhaftes Element in die Statistik hineinzubringen geeignet wären, indem sie nach dem lieben Geschäftsbrauch gern mehrere offene Stellen erwähnen, auch wo sie deren im Moment nur eine zur Verfügung haben.

Jedoch alle diese Umstände haben in ihrer Wirkung auf die Individualstatistik entfernt nicht eine solche Gewalt, wie sie allein schon durch das stark unpersönliche Gepräge der Zeitungsannonce ausgeübt wird. In dieser Eigenschaft zeigt sich das Zeitungsinserat als ein grell hervortretender Ausdruck unserer ganzen vom Persönlichen abgewandten Arbeitsverfassung. Der einzelne Arbeitgeber z. B. hat im Verlauf von drei Monaten, nehmen wir an, in vier Fällen eine Arbeitskraft für den gleichen Posten auf dem Annoncenwege herbeizuziehen gesucht. Die Annonce sieht jedesmal anders aus, der Name des Inserenten ist nie genannt, sondern jedesmal eine andere Chiffre beigefügt, die von der Expedition, nicht vom Inserenten festgestellt wird. Die Statistik kann absolut nicht aus dieser Kombination auf die Einheit der zu besetzenden Arbeitsstelle zurückgreifen. Wie häufig

tritt ferner dieser Fall ein: Jemand sucht Arbeit und rückt schüchtern eine Annonce ein. Kein Erfolg. Nachdem er acht oder zehn Tage zugewartet, rückt er eine andere Annonce ein, von anderem Wortlaut, anderem Gepräge. Beide Annoncen sind auf keine irgend denkbare Weise daraufhin zu kognoszieren, daß sie ganz dieselbe Person betreffen. Kurzum, es gibt der Kombinationen genug und übergenug, die jede für sich und alle zusammen eine individualistische Behandlung des Arbeitsmarktes in der Presse vollkommen ausschließen und die also auch die mühselige Auszählung der doppelt und mehrfach erscheinenden Annoncen als wert- und zwecklos erscheinen ließen.

Indem so die Annonce als Einheit in den Mittelpunkt trat und jeder Weg zur Erfassung der Individuen abgeschlossen war, ergab sich für die Bearbeitung die Unmöglichkeit, diese Zahlen irgendwie mit den Zahlen der Berufszählung zu vergleichen. Beides sind inkommensurable Größen. Es bedarf daher keiner weiteren Begründung, wenn jeder Versuch der Art im folgenden vermieden wurde.

Die Unmöglichkeit, aus unserm Stoff Individualzahlen zu entwickeln, muß man ohne Zweifel bedauern, aber die gleiche Eigenschaft haftet, wie gesagt, der Arbeitsmarkterforschung in allen Formen an. Schon die größeren periodischen Berichte, wie der Jastrowsche „Arbeitsmarkt“ und das „Reichsarbeitsblatt“ sind keineswegs imstande, eine wissenschaftliche Individualstatistik des von ihnen benutzten Materials aufzustellen. Auch ihr Material ist an sich beschränkt. Also auch im günstigsten Falle wären aus dem von ihnen erreichten individualstatistischen Material keine ganz bündigen Schlüsse zu ziehen auf die Lage des Arbeitsmarktes überhaupt.

Daß die nichtindividualistische Tendenz auch auf das Material des „Arbeitsmarktes in der Presse“ anzuwenden ist, wurde oben ausgeführt. Nur läßt hier allerdings, wie wir zugleich feststellten, die relativ sehr enge und vor allen Dingen ganz genaue und klare Begrenzung des Stoffes nach außen es zu, daß wir gewisse allgemeine Tendenzen, die im Stoff ausgesprochen sind, unbedenklich zur Darstellung bringen. Freilich sollen diese im Stoff ausgesprochenen Tendenzen den Vorgängen auf dem Arbeitsmarkt auch nur des beschränkten Ortes (Frankfurt a. M.) keineswegs kongruent sein. Sie geben vielmehr nur Andeutungen, Hinweise auf diese Vorgänge und auf die allgemeine Arbeitslage. Zum Verständnis aber dieser Hinweise haben wir an geeigneter Stelle (siehe die Kapitel „Schwankungen“ und „Verschiedene Berufe“) die erforderlichen Anmerkungen beigebracht.

Im allgemeinen wird unsere Verarbeitung sich nach folgenden Richtungen bewegen. Wir können feststellen:

1. die Anzahl der Annoncen und das Verhältnis von Angebot und Nachfrage;
2. ihre Verteilung auf die verschiedenen Arten von Zeitungen
   a) nach der Zahl,
   b) nach der Zeilenmenge,
   c) nach Berufen,
   d) nach dem Kostenpunkt;
3. ihre Verteilung im ganzen auf die Berufe
   a) nach absoluten Zahlen,
   b) nach verschiedenen Vergleichsweisen in den Berufsgruppen,
   c) unter Hervorhebung charakteristischer Differenzen an Zeilenmenge innerhalb der einzelnen Berufe und
   d) unter Darstellung der Schwankungen in den Zahlen, die sich in einzelnen wichtigeren Berufsgruppen bemerkbar machen;
4. außerdem werden in einigen Materialteilen, wo es angezeigt schien, besondere Punkte gestreift, z. B. das Verhältnis der auswärtigen Annoncen zu den von innerhalb der Stadt ausgegangenen usw.

Es sind also, das wollen diese Andeutungen sagen, immerhin einige interessante, für das soziale Leben der Jetztzeit recht charakteristische Tatsachen im Spiegel der vorliegenden Statistik erkennbar. Es sind mit Hilfe positiven Tatsachenmaterials Verhältnisse beleuchtet, die unsere Zeit charakterisieren und ein Bild liefern, wie gewisse allgemeinere Tendenzen ihren Stempel auf einzelne Arbeitergruppen, auf moderne Berufsformen drücken. Ein Teil der Beziehungen von Mensch zu Mensch im Zeitalter der Schnellpresse ist dargestellt, ein Teil der Beziehungen zwischen Druckerpresse und gesellschaftlichem Leben. Wir dürfen uns demnach wohl der Hoffnung überlassen, daß mit dieser Arbeit kein bloßer Schuß in die Luft getan, kein zweckloses Experiment vollführt ist, so wenig wir auch im übrigen die Beschränkungen verkennen mögen, welche durch Art und Umfang des Materials ihrem Werte von vornherein auferlegt sind.

A. Die Zeitungen des Materials.

1. Charakter der Annoncen im Verhältnis zum Charakter der Zeitung.

Der Charakter einer Zeitung tritt nicht nur in den Leitartikeln zu Tage; auch die Annoncen lassen erkennen, welchen Wünschen die Zeitung dient und für wen sie geschrieben wird.

Sehen wir ein großes Handelsblatt an, die Frankfurter Zeitung, sie zeigt

(Texttabelle 1.)

Annoncen im ganzen (Gesuche und Angebote)	darunter Annoncen, die das Handelsgewerbe betreffen
31 538 Stück	24 964 Stück = 79,1 %

Der Generalanzeiger hat:

122 445 Stück	24 993 Stück = 20,4 %

In allen Zeitungen sind:

198 854 Stück	54 408 Stück = 27,3 %

Was die Zahl der Annoncen und ihre Vielgestaltigkeit betrifft, darin überholt der Generalanzeiger jede andere Zeitung am Ort. Er ist ein verhältnismäßig nicht teures Insertionsblatt, das viel gelesen wird. Er dient nicht schärfer begrenzten politischen, gewerblichen oder Bildungsinteressen. Ihn liebt der „kleine Mann“, der im allgemeinen mehr als im besonderen seine Rechnung findet.

Wir erwähnten schon die Vielgestaltigkeit dieses Materials. Wir haben 439 Berufsarten herausgeschält, gegenüber 157 Berufen in der Frankfurter Zeitung, 84 im Intelligenzblatt.

Diese Annoncen zeigen nun, wenn wir mehr ins einzelne gehen, merkbare Unterschiede gegen jene in der Frankfurter Zeitung. Der Zeilenpreis ist 25 Pf., für Auswärtige 35 Pf., in der Frankfurter

Zeitung aber durchweg 45 Pf. Der billigere Kostensatz zieht nicht nur die Inserenten zahlreicher herbei, sondern, indem er speziell die Kreise lockt, die auf das Inserieren nicht viel Geld verwenden können, steht er auch in Beziehung zu der niedrigeren Zeilenzahl der einzelnen Durchschnittsannonce. Der Inserent, der einmal zu sparen genötigt ist, spart auch in der Fassung des Inserats, in der Zeilenzahl. Mit Zahlen läßt sich das darstellen, indem wir von beiden Zeitungen den gleichen Beruf betrachten, und zwar einen in beiden Zeitungen stark vertretenen Beruf; einen Beruf, bei dem genau formulierte, nicht übermäßig sparsame Annoncen als vorteilhaft bezeichnet werden müssen. Büglerinnen und Flickschneiderinnen können leicht mit zwei Zeilen auskommen, weil ihre einfache Tätigkeit durch einen ständigen Ausdruck genau bezeichnet wird, und weitere Punkte (Alter usw.) kaum ins Gewicht fallen. Anders liegt die Sache z. B. beim Kaufmann, dessen Beruf zahlreiche Spezialitäten und Grade hat, und dessen Tätigkeit von sehr verschiedenen Vorbedingungen abhängig ist, der also ein dringendes Interesse hat, sich in der Annonce präzis und eingehend zu äußern. Wir rufen demnach einen Teil der kaufmännischen Welt zur Vergleichung auf: wie annonciert er im Generalanzeiger, wie in der Frankfurter Zeitung?

(Texttabelle 2.)

Die Durchschnittszeilenzahl pro Annonce beträgt:

Bei	Im Generalanzeiger				In der Frankfurter Zeitung			
	für das Gesuch		für d. Angebot		für das Gesuch		für d. Angebot	
	hiesige	auswärtige	hiesige	auswärtige	hiesige	auswärtige	hiesige	auswärtige
Buchhaltern, Kontoristen	5,63	7,81	8,18	11,16	11,61	12,67	16,25	18,08
Buchhalterinnen, Kontoristinnen	4,99	7,25	8,28	8,96	8,75	9,78	14,25	14,29
Verkäufern, Kommis	5,92	8,14	7,12	8,23	10,26	11,99	14,08	15,62
Verkäuferinnen	4,36	6,25	7,46	10,45	10,48	9,58	16,08	16,96
Filialleitern	—	—	—	—	13,06	15,93	20,98	39,00
Filialleiterinnen	—	—	8,32	10,82	8,24	10,31	14,00	16,09
Reisenden, Vertretern, Agenten	5,93	8,60	8,04	8,31	11,69	12,32	16,54	16,09

In der Frankfurter Zeitung sind also trotz des höheren Zeilenpreises die Annoncen größer als im General-Anzeiger. Der Inserent der Frankfurter Zeitung gibt im Durchschnitt 5,5 mal soviel für die

Annonce aus als der Inserent des General-Anzeigers; er würde nur etwa 1,5 mal soviel ausgeben, wenn er sein Inserat spärlicher faßte, gleich jenem. Will man daraus auf die bessere soziale Lage des Inserenten der Frankfurter Zeitung schließen, so kann der Schluß wohl richtig sein, im allgemeinen; doch man muß ihn nicht so begründen, als ob der Bessergestellte mit minderer Überlegung das Geld ausgäbe als der schlechter Situierte; als ob er nur darum einige Zeilen mehr inseriert, weil er es sich leisten kann und weil es „anständiger“ aussieht. Er tut das vielmehr, weil es praktischer ist, weil es direkt notwendig ist, wenn das Inserat Zweck haben soll. Dieser Mann stellt, von seinen Vermögensverhältnissen ganz abgesehen, im Durchschnitt einen andern Typus des Erwerbstätigen dar als der Inserent des General-Anzeiger. Schon die Wahl einer teureren Zeitung, die mehr „Fachblatt“ ist, läßt erkennen, daß er auf präzisere Betonung seiner Erwerbsform Wert legt. Er wendet sich gewissermaßen mit seiner Arbeitskraft direkt an einen spezielleren Abnehmerkreis, mit Umgehung des viel allgemeineren, seinem Bedürfnis nicht so entsprechenden Kreises, den der General-Anzeiger beherrscht. Auch kann man ihn nach der Wahl des Blattes für einen unternehmenden, beweglichen Typus halten; denn da die Frankfurter Zeitung kein lokal beschränktes, sondern ein weit herumkommendes Blatt ist, so rechnet der Inserent gewiß meistens auch mit einem Domizilwechsel über weitere Strecken. Aus solchen Gründen erklärt es sich, warum er den vom General-Anzeiger gebotenen Vorteil der geringeren Insertionskosten nicht besonders schätzt; viel wichtiger erscheint ihm der Vorteil der Frankfurter Zeitung, betreffend den genauer limitierten Inserentenkreis. Er strebt in „engere Wahl.“ Er weiß darum, wie nützlich es ist, die Annonce möglichst präzis zu fassen und nicht am unrechten Ort zu sparen.

Die Handelsschulen interessieren sich hoffentlich für Annoncenformulierung; doch sollten schon die Elementar- und Realschulen nicht ganz daran vorübergehen.

Aber die Chefs, die Arbeitgeber, haben die mehr Auffassung vom Annoncenstil? Im allgemeinen ja; die Arbeitsangebote sind durchschnittlich besser formuliert als die Gesuche; ihre Autoren haben mehr praktische Erfahrung, wie man sieht. Gleichwohl finden sich auch unter ihnen wunderliche Leute; und man liest wohl zu seinem Erstaunen:

> Zuverlässiger junger Mann kann lohnende Beschäftigung finden. X Y . . . str. 8.

Armer Einsender! Du kannst am kommenden Morgen 80 bis 100 zuverlässige junge Leute, vom Büreaufeger aufwärts bis zum Stadt-

reisenden, unter lebhaften Gebärden deine Tür belagern sehen. Hättest du ein klein wenig genauer gesagt, was du wünschtest, so würden vielleicht nur 15 Mann erschienen sein; die Wahl wäre einfacher und sicherer gewesen und hätte den fünften Teil der Zeit erfordert.

In der Frankfurter Zeitung waren, wie aus dem Vorhergesagten schon hervorgeht, die Annoncen im ganzen präziser und umfänglicher gefaßt als im General-Anzeiger, doch bemerkte ich auch dort jeweilen wunderliche Blüten, wie diese z. B.:

Heller Kopf,

jung, schneidig, tüchtig, sprachgewandt, die schwierigsten Situationen mit Leichtigkeit beherrschend, sucht irgendwelche passende Beschäftigung. Off. unter usw. . . .

Wie nimmt sich solch eine Annonce aus neben der folgenden, die einen Durchschnittstyp in der Frankfurter Zeitung darstellt:

Stütze des Chefs,

Bankfachmann, 28 J., evang., tücht. Kaufmann mit 12jähr. Praxis i. Bank- u. Warengeschäft, 5 Jahre Ausland, sucht sich zu verändern, Dispositionstalent, perfekt franz. u. engl., Besucher der Handelsakademie, z. Z. erster Korrespondent im Bankgeschäft, eventuell später Beteiligung. Näheres unter usw. . . .

Wir deuten auf die Tabellen des Anhangs hin, wo ein zusammengefaßter Überblick über die Annoncenkosten der beteiligten Zeitungen manchem Leser von Interesse sein wird, hier sei kurz zusammengefaßt, daß

(Texttabelle 3.)

Der Generalanzeiger	bei	122 445	Annoncen i. G. m.	141 491,25	Mk.,
die Frankfurter Zeitung	„	31 538	„ „ „	202 192,20	„
das Intelligenzblatt	„	14 264	„ „ „	9342,55	„

Kosten berechnet ist.

Wir können bei dieser Gelegenheit des Umstandes gedenken, daß die von auswärts eingehenden Annoncen durchweg eine stärkere Zeilenzahl aufweisen, als die vom Orte selbst eingegangenen. Natürlich, der Inserent innerhalb der Stadt rechnet eben auf die naheliegende und einfache Möglichkeit der persönlichen Rücksprache und glaubt auf Grund

dieser Möglichkeit an der Abfassung der Annonce sparen zu können, während der auswärtige Inserent von vornherein zu umfänglichen Äußerungen gezwungen ist, weil eben für ihn die Möglichkeit der persönlichen Rücksprache etwas entfernt und schwierig erscheint. Zur Illustration dieser Tatsachen möge man die kleine Texttabelle Nr. 2 auf S. 11 betrachten, die einige Zweige im Handelsgewerbe mit den Durchschnittszeilenzahlen für die hiesigen und die auswärtigen Annoncen darstellt. Dasselbe Verhältnis findet sich selbstverständlich auch bei anderen Gewerbegruppen vor, nicht allein beim Handelsgewerbe — und es wird daher gerechtfertigt erscheinen, wenn wir zur weiteren Beleuchtung des Punktes eine entsprechende Zahlenreihe hierselbst anfügen.

Die Durchschnittszeilenzahl pro Annonce beträgt:

(Texttabelle 4.)

Bei	im Generalzeiger				in der Frankfurter Zeitung			
	für das Gesuch		für das Angebot		für das Gesuch		für das Angebot	
	hies.	ausw.	hies.	ausw.	hies.	ausw.	hies.	ausw.
Schneidern . . .	4,14	6,11	2,81	6,86	8,70	9,52	14,93	16,14
Schneiderinnen . .	2,84	5,33	4,15	10,28	8,62	7,66	14,52	19,56
Gelernten Metallarbeitern	4,77	7,08	5,38	8,01	—	—	—	—
Elektrotechnikern .	4,61	7,00	5,88	7,82	14,00	14,75	—	—
Heizern und Maschinisten	4,77	5,85	6,75	9,71	8,33	8,50	—	—
Mechanikern . . .	4,37	8,00	5,38	11,36	7,50	—	—	—

Nicht nur beweist diese Zahlenreihe das oben Gesagte, sondern sie läßt auch deutlich erkennen, daß gerade in jenen Gewerben, die am Platze selbst das knappe Annoncieren in der Gewohnheit haben, der erwähnte Unterschied ganz besonders auffallend erscheint. Denn bei ihnen tritt, wenn sie von auswärts her sich melden, die Notwendigkeit der genaueren Aussprache fühlbarer hervor, als bei jenen Gewerben, die auch vom Platze aus schon einigermaßen ausführlich zu annoncieren pflegen. Das können wir leicht zu deutlicherer Erscheinung bringen, indem wir auf den beiden zitierten Texttabellen in jedem Fall die hiesige Annonce = 1 setzen; dann ist die auswärtige Annonce.

(Texttabelle 5.)

Bei	Im Generalanzeiger		In der Frankf. Zeitg.	
	für das Gesuch	für das Angebot	für das Gesuch	für das Angebot
Buchhaltern, Kontoristen . . .	1,39	1,36	1,09	1,11
Buchhalterinnen, Kontoristinnen	1,45	1,08	1,12	1,00
Verkäufern, Kommis	1,38	1,16	1,16	1,11
Verkäuferinnen	1,43	1,40	0,92	1,05
Filialleitern	—	—	1,22	1,36
Filialleiterinnen	—	1,30	1,25	1,15
Reisenden, Vertretern, Agenten	1,45	1,03	1,05	0,95

(Texttabelle 5a.)

Bei	Im Generalanzeiger		In der Frankf. Zeitg.	
	für das Gesuch	für das Angebot	für das Gesuch	für das Angebot
Schneidern	1,47	2,45	1,09	1,08
Schneiderinnen	1,38	2,48	0,89	1,35
gelernten Metallarbeitern . . .	1,48	1,49	—	—
Elektrotechnikern	1,52	1,33	1,05	—
Heizern und Maschinisten . . .	1,23	1,44	1,02	—
Mechanikern	1,83	2,13	—	—

Wir finden in dieser Tabelle im ganzen das gleiche Verhältnis vor, wenn wir an Stelle der einzelnen Berufe die einzelnen Zeitungen setzen: Die Frankfurter Zeitung, die auch in den vom Ort einlaufenden Annoncen vornehmend den Typus des Ausführlichen, in den Zeilen nicht übermäßig Sparsamen aufweist, zeigt keine ausnehmend starke Erhöhung der Zeilenzahl in den auswärtigen Annoncen. Im Durchschnitt ist die räumliche Stärke der auswärtigen Annoncen beim General-Anzeiger 1,53 mal, bei der Frankfurter Zeitung 1,12 mal so groß als die der örtlichen Annoncen.

Dies wäre es, was wir in bezug auf die Charaktere der einzelnen Annoncengruppen zu sagen hätten, wie sich dieselben innerhalb der einzelnen Zeitungen sowohl, als z. T. auch innerhalb der einzelnen Berufe zeigen. Es dürfte sich finden, daß wir an anderer Stelle aufs neue mit diesem Motiv zu tun bekommen; vorerst wollen wir die

Zusammensetzung des Abonnentenpublikums noch mit einem Worte streifen, — sie muß notwendigerweise verschieden sein, je nach dem Typus der betreffenden Zeitung. Wir kommen auch diesem Thema noch an anderer Stelle nahe, nämlich bei den Ausführungen, betreffend die durch Vermittler lancierten Annoncen, woselbst einige zahlenmäßige Anführungen das Überwiegen bestimmter Berufsgruppen erkennen lassen. Da dieser Punkt außerdem noch unter dem Titel „Berufe" zur Sprache kommt, so beschränken wir uns hier auf ein kurzes Resumé, anschließend an die Verschiedenartigkeit der Zeitungscharaktere.

---

2. Abonnenten-Publikum. — Intensiver und extensiver Arbeitsmarkt.

Das ungeheure Überwiegen der zu „Handelsgewerbe" gehörigen Annoncen in der Frankfurter Zeitung wurde bereits erwähnt. Außerdem weist diese Zeitung eine verhältnismäßig starke Zahl in solchen Berufen auf, bei denen beiderseitig (von Arbeitgebern und Arbeitnehmern) eine vorsichtige Auswahl geübt werden muß, indem es sich um hoch dotierte und verantwortungsvolle Posten handelt — das sind vor allem Direktoren- und Direktricenposten, d. h. Stellen zur kaufmännischen und gewerblichen Leitung größerer Betriebe, die mit zusammen 671 Annoncen (Gesuche und Angebote) erschienen, während der gleiche Titel im Generalanzeiger sozusagen gar nicht erscheint, oder wenn schon, dann nur in sehr beschränkter Form, z. B. als Nähdirektricen (also ohne die kaufmännische Qualität), und auch dann nur mit verschwindend geringen Zahlen. Auch finden wir in der Frankfurter Zeitung 53 Annoncen von oder für Juristen und 15 Stellenangebote für Bürgermeister und Stadträte, Kategorien, die sich im Generalanzeiger gar nicht vorfinden. Der letztere hat 19, die Frankfurter Zeitung 179 Annoncen betreffend Redakteure und Schriftsteller. Wenn man ferner im Auge behält, daß der Generalanzeiger im ganzen nahezu viermal soviel Annoncen hat als die Frankfurter Zeitung, so wird man ein wichtiges Charakteristikum der letzteren auch in dem Umstande entdecken, daß sie 287 Annoncen, betreffend Werkmeister, Werkführer und Betriebsleiter aufweist, gegenüber 33 Annoncen für diese Berufstypen im Generalanzeiger. Es ergiebt sich also, daß die Frankfurter Zeitung als Insertionsblatt auch innerhalb der Gewerbe speziell die höher situierten Schichten für sich hat. Wir wollen bei der Gelegenheit das Handelsgewerbe nicht un-

erörtert lassen, bei dem eine seltsame Ausnahme von der Regel zu bemerken ist. Filialleiter und Geschäftsführer dürften hier ungefähr dem entsprechen, was in Fabrikbetrieben Werkführer und Betriebsleiter sind. Man sollte also ein ähnliches Verhältnis in den Annoncenzahlen erwarten. Eigentümlicherweise findet es aber nicht statt. Die positive Annoncenzahl aus dem Handelsgewerbe ist in der Frankfurter Zeitung ungefähr die gleiche wie im Generalanzeiger, und in dieser gleichen Gesamtmenge findet man auch eine annähernd gleiche Anzahl von jenen Annoncen, die sich um *Geschäftsführer und Filialleiter* handeln. Aber auch diese Tatsache, die auf den ersten Blick etwas Verwirrendes hat, dient zur Beleuchtung der Charakterunterschiede zwischen den beiden Zeitungen, wenn wir unsern Blick auf die *Verteilung der betreffenden Annoncen in Gesuche und Angebote* werfen, wie die folgende Texttabelle sie erkennen läßt.

(Texttabelle 6.)

Frankfurter Zeitung				Generalanzeiger			
Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche	
männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.
141	11	123	56	127	194	48	10
152		179		321		58	
331				379			
Darunter Annoncen				Darunter Annoncen			
männlich 264				männlich 175			
weiblich 67				weiblich 204			

Da fällt zunächst ein erkennbares Übergewicht der Gesuche in der Frankfurter Zeitung, ein sehr starkes Übergewicht der Angebote im Generalanzeiger ins Auge. Die Frankfurter Zeitung hat nahezu $1\frac{1}{5}$ soviel Gesuche als Angebote, beim Generalanzeiger übersteigt die Zahl der Angebote das Fünffache der Zahl der Gesuche. Hier tritt der wesentlichste Unterschied zu Tage zwischen der Zeitung mit weitem und der Zeitung mit engem Ausbreitungskreis. Alle die Einflüsse, die in der engeren, lokal beschränkten Arbeitssphäre die Zahl der Gesuche im Zeitungsinserat herabdrücken und auf die wir noch weiterhin werden zu sprechen kommen, treten hier hervor: Privatvermittlung,

Gefälligkeitsvermittlung, Umfrage und endlich wohl auch eine beim Arbeitsucher der lokal beschränkten Arbeitssphäre sich ausbildende Tendenz, die Kosten des Zeitungsinserats mehr auf die Schultern des Arbeitgebers zu werfen, als selber sich damit zu belasten; also lieber das Arbeitsangebot abzuwarten, um daraufhin durch persönliche Vorstellung zu reagieren, als seinerseits mit dem Anbieten seiner Arbeitskraft hervorzutreten und abzuwarten, wie die Arbeitgeber reagieren werden. Diese Tendenz dürfte bei den verschiedenen Gewerben verschieden stark, aber immer im lokalen Arbeitsmarkt stärker sein als im weiter ausgebreiteten. Denn der letztere eröffnet in den meisten Fällen dem Arbeitsucher natürlich nicht so ganz bequemerweise die Möglichkeit, das Angebot des Arbeitgebers abzuwarten und daraufhin sich persönlich vorzustellen. Außerdem sind es im allgemeinen — diese Ansicht vertraten wir bereits vorhin — die unternehmenderen, beweglicheren Arbeitskräfte, welche mehr auf den weiter ausgebreiteten als auf den lokalen Arbeitsmarkt ihre Blicke richten. Es sind agressivere Leute, unfähig ihr Heil im Abwarten zu sehen, um so mehr aber bereit, durch persönliches Vorgehen und Eingreifen dem Ausgang ihrer Angelegenheiten von vornherein Direktive zu geben. Sie haben eingesehen, wie sehr es heutzutage von Vorteil ist, ihre Arbeitsfähigkeit in eine klar erkennbare Form zu bringen, und sie lieben es, dieser schärfer begrenzten Form im Zeitungsinserat Ausdruck zu verleihen und demgemäß möglichst direkt an einen Interessentenkreis heranzubringen, dessen Wünsche ihren Bestrebungen entgegenkommen.

Es leuchtet unter diesen Umständen ohne weiteres ein, daß selbst hier, wo es sich um Filialleiter und Geschäftsführer (also um relativ selbständige Elemente) handelt, die *weibliche* Arbeitskraft im lokalisierteren Blatt stärker, im extensiveren dagegen schwächer zur Erscheinung kommen wird als die männliche: Die weibliche Arbeitsleistung ist weniger unternehmend und beweglich als die männliche, sie befindet sich in engerer lokaler Gebundenheit als jene — der Generalanzeiger zeigt sie mit 53,8 %, die Frankfurter Zeitung mit 20,1 % vertreten.

Ebenso und aus den gleichen Gründen machen sich Unterschiede bemerkbar, wenn wir nur die *Gesuche* von weiblicher Seite im Vergleich zu den Angeboten betrachten wollen. Die Frankfurter Zeitung, die sich über den extensiveren Arbeitsmarkt verbreitet und den spezialisierten Berufstypen näher steht, enthält äußerst wenig Angebote an weibliche Arbeitskräfte, da die Arbeit anbietenden Chefs vorwiegend sich jenem arbeitleistenden Element zuwenden müssen, daß den Bedingungen des *extensiveren* Arbeitsmarkts sowie den *spezialisierten*

Anforderungen am meisten entspricht — dieses Element ist vorwiegend unter Männern zu finden! In demselben Maße jedoch, als demzufolge die weiblichen Arbeitskräfte im Angebot vernachlässigt sind, fühlen sie sich genötigt, im Gesuch relativ stark aufzutreten — wir finden also weiblicherseits fünfmal so viel Gesuche als Angebote. Im Generalanzeiger sehen wir dagegen in noch viel krasserem Ausdruck das umgekehrte Verhältnis: fast zwanzigmal soviel Angebote als Gesuche. Denn hier haben wir es mit dem lokalisierten Typus und seinen Gewohnheiten zu tun: mit dem Typus, der die Annonce des Arbeitgebers abwartet, um seinerseits die Insertionskosten zu sparen, der sich auf persönliche Gefälligkeitsauskünfte verläßt, die Umfrage betreibt, dem Privatvermittler sich anvertraut. Die Momente der Unselbständigkeit, des Abwartens, der mangelnden Spezialisierung, die dabei mitsprechen, fallen ohne Zweifel bei dem weiblichen Teil der arbeitenden Gesellschaft stärker ins Gewicht als beim männlichen; die Auskunft der Tabelle dürfte über diesen Punkt nicht so trügerisch sein, daß man sie ganz von der Hand weisen könnte.

Indessen gelangen wir damit schon auf Gebiete, die einer späteren Untersuchung vorbehalten sind.

Wir sprachen vom Übergewicht der höheren Chargen in der Frankfurter Zeitung und führten eine Ausnahme von dieser Regel bei den Filialleitern und Geschäftsführern an. Von der Ausnahme zur Regel zurückkehrend, werfen wir nun einen Blick auf den Kreis der häuslichen Bediensteten. Wir finden unter allen diesem Kreise angehörigen Annoncen im Generalanzeiger 5,2 %, in der Frankfurter Zeitung 31,4 %, die sich um Haushälterinnen handeln, im Generalanzeiger 0,6 %, in der Frankfurter Zeitung 26,9 %, die Gesellschafter und Gesellschafterinnen betreffen; — an Haushälterinnen-Annoncen hat also die Frankfurter Zeitung relativ sechsmal, an Gesellschafter- und Gesellschafterinnen-Annoncen nahezu fünfundvierzigmal soviel als der Generalanzeiger.

Der letztere dient, wie sich hieraus ergibt, vorwiegend dem Bedürfnis niederer Schichten; das hängt, wir sagten es schon, mit seinem allgemeinen Charakter und mit dem geringeren Insertionspreis zusammen. Wir finden von Hausmädchen, Zimmermädchen und Dienstmädchen in der Frankfurter Zeitung 99, im Generalanzeiger 19978 Annoncen, d. h. im ersteren Falle 5,8 %, im anderen Falle 47,2 % aller Annoncen, die häusliche Dienste betreffen. Dasselbe Verhältnis läßt sich an der Hand der Tabellen ziemlich in allen Gewerben konstatieren, so daß wir wohl auf ein detailliertes Darstellen hier verzichten können.

Was den Generalanzeiger betrifft, so fällt sein Annoncenmaterial durch besondere Vielseitigkeit auf; er ist, getreu seinem Namen, von allen örtlichen Zeitungen die wenigst spezialisierte. Es entspricht vollkommen diesem Umstande, wenn die Unterschiede in der Zeilenzahl bei ihm eine viel längere Skala zeigen, als bei jedem andern Blatt. Vorwiegend geht er in der Mindestzahl am weitesten zurück; einzeilige Annoncen, wie sie bei ihm in großer Menge vorkommen, finden wir sonst sehr selten; aber in einigen, wenn auch immerhin seltenen Exemplaren erreicht er andererseits die Höchstzahl der Zeilenmenge, während sich nach beiden Richtungen hin die Frankfurter Zeitung schon in erkennbar engeren Grenzen hält.

Eine eigentümlich gleichmäßige Physiognomie ist beim Intelligenzblatt zu beobachten; man sieht dort weder besonders große, noch besonders kleine Annoncen, woraufhin man nicht fehlgehen wird, sich die Inserentenkundschaft des Blattes als aus annähernd gleichartigen Elementen zusammengesetzt zu denken. In der Tat, soweit man aus den Arbeitsangeboten und -Gesuchen die Inserentenkundschaft zu eruieren vermag, liegen ihre einzelnen Gruppen, in der sozialen Gemeinschaft gesehen, näher beieinander als die der vorgenannten Zeitungen; sie bilden eine kompaktere Masse, umspannt von verhältnismäßig engen Außengrenzen.

Das Gleiche trifft zwar auch bei der „Kleinen Presse", und anscheinend noch charakteristischer bei der Volksstimme zu, ist aber dort nicht weiter auffallend, da besonders das letztgenannte Blatt sehr viel weniger Annoncen hat (733 gegen 14264).

Von einem reinen Fachblatt wie dem „Allgemeinen Anzeiger für Druckereien" brauchen wir in demselben Zusammenhange nicht zu reden; der einheitliche Charakter der Annoncen hat da etwas nahezu Selbstverständliches. Dieses Blatt hebt sich aber vor allen andern auffallend heraus, indem es mehr als doppelt so viel Gesuche als Angebote zeigt. Daraus würde zunächst hervorgehen, daß es vorwiegend von Arbeitgebern gelesen wird, oder vielmehr, da ja dieser Umstand i. G. auch auf die andern Zeitungen zutreffen dürfte, wird man die in Rede stehende überhaupt als ein spezifisches Unternehmerblatt ansprechen müssen. Hiervon abgesehen, ist es sehr die Frage, ob an sich der Charakter des Blattes als reines Fachblatt eine genügende Erklärung für die Überzahl der Gesuche abgibt; es müßte denn die Annahme gesetzt werden, daß in den polygraphischen Gewerben, die es vertritt, für den betreffenden Jahrgang allgemein das Arbeitsangebot knapp war, — eine Annahme, die indessen vom

Generalanzeiger nicht bestätigt wird, denn er zeigt in den polygraphischen wie überhaupt in allen Gewerben ein starkes Überwiegen des Angebots. — Man könnte endlich noch zweierlei anführen: daß nämlich der Allgemeine Anzeiger für Druckereien erstens ein Wochenblatt und kein Tageblatt ist, zweitens, daß er weniger als irgend eine der andern genannten Zeitungen als spezifisch Frankfurterisches Blatt angesprochen werden kann; der Charakter als ausgesprochenes Fachblatt kommt dann allerdings noch hinzu, so daß die Charakterisierung alles in allem ein Blatt ergibt, das, im Gegensatz zu den lokalen Tageblättern, in weiteren Zeitperioden und im weitern Länderkreis, jedoch auf enger begrenzten Tätigkeitsgebieten von der Lage des Arbeitsmarkts Kunde gibt. Sieht man die Sache lediglich unter diesem Gesichtspunkt an, so erscheint das Überwiegen der Arbeitsgesuche in einem sehr besonderen Licht, denn dieses Verhältnis tritt dann in Übereinstimmung mit den sonstigen Ermittlungen über den Arbeitsmarkt, die nicht auf Grund des der lokalen Presse entnommenen Materials gemacht wurden, die also auch nicht den Arbeitsmarkt in lokaler Begrenztheit, sondern auf einem viel weiteren Gebiet (z. B. auf dem gesamten Gebiet des Deutschen Reiches) betrachten. Diese letztgenannten Berichte lassen bekanntlich auch im Durchschnitt ein Überwiegen des Arbeitsgesuches erkennen, wie wir es eben auch beim Allgemeinen Anzeiger für Druckereien konstatiert haben. In der Tat muß, wie sich in späteren Ausführungen noch genauer erkennen läßt, das Moment der räumlichen Extensität als höchst wichtig angesehen werden. Denn im lokalen Arbeitsmarkt spielt die Umfrage, spielt die private Vermittlung eine unvergleichlich viel größere Rolle als sie in der Arbeitsvermittlung über weitere Strecken jemals spielen kann; und es ergiebt sich aus der Natur der Umstände, daß durch Umfrage und Privatvermittlung die Anzahl der Gesuche im Zeitungsinserat stark gedrückt wird; über diesen Punkt bringt das Kapitel „Schwankungen" Näheres. Außerdem vergleiche man damit die Angaben über Lehrer und Erzieher, Krankenwärter und Krankenpfleger (S. 71 ff.), sowie gelegentliche Angaben über die von auswärts eingelaufenen Annoncen.

Dennoch müssen wir übrigens bezweifeln, ob der angeregte Gesichtspunkt für die Betrachtung allein maßgebend sein kann; er würde dann nämlich mit annähernd demselben Recht auf die Frankfurter Zeitung anwendbar sein, die ja in ziemlich hohem Maße Fachblatt ist (da $^4/_5$ ihrer Annoncen das Handelsgewerbe betreffen), und die auch in dem Punkte der weiten Verbreitung gar nichts zu wünschen

übrig läßt. Während man also bei ihr von prinzipiell unterscheidenden Merkmalen nur den Tageblatt-Charakter anführen kann, gegenüber dem Wochenblatt-Charakter des Allgemeinen Anzeiger für Druckereien, so ist bei diesem doch nicht so übermäßig bedeutenden Unterschied das Überwiegen der Angebote dort charakteristisch genug, wenn auch lange nicht so sehr, wie etwa bei dem lokalbeschränkteren Generalanzeiger. —

Wenn wir schließlich den ausgesprochenen Fachcharakter jenes Druckerei-Anzeigers vor allem ins Auge fassen, so glauben wir folgendes Ergebnis formulieren zu können:

Die Zahl der Arbeitsangebote in den Annoncen einer Zeitung wird, den Gesuchen gegenüber, in dem Maße sinken, als der Abonnentenkreis seinem Charakter nach bestimmter, gleichförmiger wird. Sie wird in dem Maße steigen, als der Abonnentenkreis ungleichmäßiger, allgemeiner ist; denn wo die Leserschaft ihrem Typus nach einförmiger ist, da werden zwar auch die Gesuchsteller sich ausgesprochenerweise in den Grenzen einer bestimmten Schichtung halten, entsprechend dem spezielleren Bedürfnis, das im Abonnentenkreis vorherrscht, aber — diese engeren Grenzen in der typischen Erscheinung einmal vorausgesetzt, werden jene Gesuchsteller innerhalb ebenderselben Grenzen intensiver die Annonce pflegen, weil, bei der Voraussetzung des bestimmten Bedürfnisses im Abonnentenkreis, die Aussicht auf den Erfolg der Annonce verhältnismäßig groß und lockend ist; — an anderer Stelle wird das Grundgesetz erörtert werden, auf das diese Anwendung zurückgeht. Die spezialisierteren Zeitungen werden wohl auch mehr vom Arbeitgeber als Arbeitnehmer gelesen schon ihres Preises wegen. Je intensiver aber die Gesuchsteller die Zeitungsannonce verwenden, um so weniger Veranlassung wird durchschnittlich der Arbeitgeber für ihre intensive Benutzung haben — das versteht sich von selbst und bedarf keiner weiteren Erklärung.

Im ganzen findet sich diese soeben vorgebrachte Erklärungsart in unserem Material durchweg bestätigt. Im Generalanzeiger, wo das Lesepublikum am allermeisten generalisiert ist, kommen 2,7 Angebote auf ein Gesuch; in der Frankfurter Zeitung, die einen dem Typus nach genauer charakterisierten Leserkreis besitzt, sind nur 1,5 Angebote auf ein Gesuch zu verzeichnen; im Intelligenzblatt nun gar, wo die Begrenztheit in den Charakteren des Leserkreises ganz ohne Zweifel noch viel typischer ist als in der Frankfurter Zeitung — doch ist es ein ganz anderer Typus — kommen umgekehrt 3 Gesuche auf

ein Angebot, im Allgemeinen Anzeiger für Druckereien 2, 3 Gesuche auf ein Angebot.

Die hier vorgeführten Erklärungen über das Verhältnis von Angebot und Gesuch hindern nicht, daß alles in allem betrachtet, die Zeitungen mehr Angebote als Gesuche aufweisen. Im Kapitel „Schwankungen" wird dieses Moment einer genaueren Betrachtung unterzogen werden, da es ohne Zweifel auf den ersten Blick etwas Auffälliges hat; — es ist dennoch als allgemein zutreffend zu bezeichnen, wie auch eine am 21. Juni 1893 vom Englischen Handelsamt veranstaltete Zählung der Arbeits-Angebote und Arbeitsgesuche, die an diesem Tage in den 15 größten englischen Zeitungen vorhanden waren, beweist. Die Zählung ergab 2122 Angebote, 1279 Gesuche — also ein recht bedeutendes Überwiegen der ersteren.

Wir werden in einem späteren Kapitel sehen, in welchem Maße die private und gemeinnützige Arbeitsvermittlung sich der einen und anderen Zeitung bedient. Da die Arbeit vermittelnde Tätigkeit, soweit sie direkt durch persönliches Eingreifen geschieht, in ziemlich starkem Maße lokal gebunden ist, so erhellt es von selber, daß die Zeitungen in dem Maße von ihr benutzt werden, als auch sie sich in lokaler Gebundenheit befinden. Dies nebenbei.

---

3. Männliche und weibliche Arbeit im Zeitungsinserat.

Die folgende Texttabelle gibt einen Überblick über die Art, wie die beiden Geschlechter sich in den verschiedenen Blättern bemerkbar machen.

Kein Zweifel, daß die Prozentanteile des weiblichen Elements für die Zeitungen charakteristisch sind. Das Weib neigt zur Sparsamkeit, auch wenn es Zeitungsannoncen abfaßt, dies konnte man schon aus früheren Texttabellen erkennen (Nr. 2 und 4). Die vorliegende bringt, wie uns scheint, andere Charakteristika der weiblichen Inserenten und der verschiedenen Zeitungen zur Erscheinung. Wir finden z. B. die stärkere lokale Gebundenheit der weiblichen Arbeitskraft in dem Umstande ausgedrückt, daß sie in geringem Prozentsatz in der Frankfurter Zeitung erscheint, gegenüber den viel größeren Prozentsätzen bei den Zeitungen, deren Wirkungskreis enger lokalisiert ist. Bei der wenigst lokalisierten Zeitung — wir meinen den Allgemeinen Anzeiger für Druckereien, der in Tabelle 7 nicht mit auftritt — finden sich sozusagen überhaupt keine zur weiblichen Seite gehörenden Annoncen, was sich

(Texttabelle 7.)*)

	Generalanzeiger				Frankfurter Zeitung				Intelligenzblatt				Kleine Presse				Volksstimme			
	Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
unmittelbar	35227	45976	10167	20326	16134	2211	10908	1863	840	4518	1013	5440	1791	911	576	348	264	98	25	346
durch Vermittlung	1742	5161	192	3243	146	22	13	14	50	730	91	1576	—	—	—	—	—	—	—	—
Summa:	36969	51137	10359	23569	16280	2233	10921	1877	890	5248	1104	7016	1791	911	576	348	264	98	25	346
Zus. Annoncen	männlich 47328				männlich 27201				männlich 1994				männlich 2367				männlich 289			
	weiblich 74706				weiblich 4110				weiblich 12264				weiblich 1259				weiblich 444			
Proz.-satz des weibl. Elements	61,21				13,13				86,0				34,72				60,57			

*) Es sind hier die Annoncen „Vermittelungs-Bureau allgemein“ ausgelassen, in denen die Vermittelungs-Bureaus sich nur empfehlen, ohne speziell Arbeitsstellen oder Arbeitskräfte anzubieten.

übrigens ja auch sonst aus dem Gesamtcharakter dieser Wochenschrift, dem Fach, das sie vertritt, erklärt. — Da wir nun aber von der Frankfurter Zeitung sprechen und von dem geringen Raum, den die weibliche Arbeitskraft darin behauptet, so wird sich, als teilweise Erklärung dafür, die Tatsache in den Vordergrund stellen, daß die Frankfurter Zeitung zu vier Fünfteln vom Handelsgewerbe besetzt ist, d. h. von einem Gewerbe, in dem das weibliche Element allerdings weit entfernt ist, das Übergewicht zu behaupten oder dem männlichen auch nur ernstlich nahe treten zu können. Im Gesamtmaterial, soweit es das Handelsgewerbe betrifft, fallen 19,18% auf die weibliche Seite; allerdings liefert dieser Umstand — das kann gar nicht zweifelhaft sein, eine Teilerklärung zu der weiblichen Minderheit in der Frankfurter Zeitung. Aber immerhin nur eine Teilerklärung! Denn 19,18% weiblicherseits im gesamten Handelsgewerbe, das ist zwar nicht viel, es ist aber immer noch bedeutend mehr als die weiblichen 13,08% in der Frankfurter Zeitung! Und dabei ist diese Zeitung, wenn auch in starkem Maße, so doch noch lange nicht ausschließlich vom Handelsgewerbe besetzt! Es kommt hinzu, daß die handelsgewerblichen Annoncen beispielsweise im General-Anzeiger mit 34,18% auf die weibliche Seite entfallen — Grund genug, uns vermuten zu lassen, daß die weibliche Minderheit in der Frankfurter Zeitung, von der wir reden, auf stärkere Ursachen zurückgeht als nur auf das Vorwiegen des Handelsgewerbes. Eine dieser stärkeren Ursachen wurde schon erwähnt: Die engere lokale Gebundenheit der weiblichen Arbeitskraft. Eine zweite hängt womöglich noch inniger mit dem Charakter der Zeitung zusammen, wie wir ihn bereits darzustellen Gelegenheit nahmen: Die Spezialisierung ist bei der weiblichen Arbeit nicht so weit vorgeschritten wie bei der männlichen. Für die in Rede stehende Erscheinung ist diese Tatsache wichtig, denn gerade in der Frankfurter Zeitung treten die spezialisierten Tätigkeitsformen besonders lebhaft hervor; im groben Umriß erkennt man das deutlich genug schon aus dem Bilde, das die Anhangstabellen (B 1 und 2) liefern und worin eine relativ starke Betonung z. B. der studierten Leute bemerkbar ist: Juristen, Bürgermeister und Stadträte, Ingenieure, Schriftsteller — alle diese in andern Zeitungen gar nicht oder fast gar nicht vorkommenden Berufe finden sich hier. Sodann ist da ein charakteristisches Vorherrschen jener Chargen zu konstatieren, die mit großer Verantwortlichkeit verbunden sind: Direktoren, Betriebsleiter, Geschäftsführer usw. — überhaupt ein Vorwiegen der schwierigeren Posten innerhalb der Einzelgewerbe, jener Posten, in denen, ihres spezialisierten

Charakters wegen, die männlichen Arbeitskräfte eine ganz unvergleichlich viel größere Rolle spielen als die weiblichen. So sei z. B. das Handelsgewerbe erwähnt, und im Handelsgewerbe die Kategorie der Reisenden und Agenten. Da finden wir

(Texttabelle 8.)

im Generalanzeiger auf männlicher Seite	. . .	3319	Annoncen,
" " " weiblicher "	. . .	119	"
in der Frankfurter Zeitung jedoch auf männlicher Seite		12 006	Annoncen,
" " " weiblicher "		10	"

Und wie ist es mit Buchhaltern und Kontoristen? Da zeigt

der Generalanzeiger auf männlicher Seite	. . .	2054	Annoncen,
" weiblicher "		1126	"
die Frankfurter Zeitung jedoch auf männlicher Seite		6159	"
" " weiblicher "		256	"

Also in Gewerben, wo das männliche Element vorherrscht, ist diese seine Vorherrschaft in der Frankfurter Zeitung ganz ungeheuer viel stärker ausgeprägt als in den andern Blättern, und je mehr es sich um genauer spezialisierte Gewerbe handelt, um so ausdrucksvoller wird das Phänomen. Sein Ausdruck läßt nach, wenn minder spezialisierte Gewerbe in Frage kommen, aber auch da ist er weit entfernt ganz zu verschwinden. Im Gegenteil: Trotzdem die Gewerbe der letzterwähnten Art in der Frankfurter Zeitung relativ schwach aufzutreten pflegen, behauptet das männliche Element scharf ausgeprägt seine Vorherrschaft sogar in Fällen, wo andere Zeitungen das weibliche Element stärker zeigen.

Als naheliegendes Beispiel betrachten wir noch die Kategorie: Verkäufer, Kommis, kaufmännische Lehrlinge.

Sie erscheint

(Texttabelle 9.)

im Generalanzeiger mit	3672	Annoncen auf der männlichen Seite,	
" " "	6093	" " weiblichen "	
in der Frankfurter Zeitung mit	3241	Annoncen auf der männlichen Seite,	
" " " "	682	" " weiblichen "	

Hiermit sind wir bereits von den spezialisierten Berufen zu den einfacheren gelangt; das Überwiegen der Männerarbeit macht sich da im allgemeinen schon auf zweifelhaftere Weise bemerkbar oder weicht

direkt dem gegenteiligen Verhältnis; die Frankfurter Zeitung hört auf, den riesigen Hauptanteil des gesamten Annoncenkontingents zu stellen — trotzdem, soweit sie fortfährt sich überhaupt zu beteiligen, zeigt sie — in Abweichung von anderen Zeitungen — immer noch ein erkleckliches Übergewicht der Männerarbeit. Wir wollen, trotzdem der Schein zunächst gegen uns ist, auch angesichts dieser einfacheren, in der Frankfurter Zeitung relativ nicht sehr stark vertretenen Gewerbe, bei dem Gedanken der größeren Spezialisierung bleiben, um aus diesem Gedanken heraus die geringe Beteiligung des weiblichen Geschlechts zu erklären: Aus dem Gedanken der größeren Spezialisierung, Beweglichkeit, Unternehmungsluft bei der männlichen Arbeitsbetätigung! Nur leiten wir diese Erklärung hier nicht mehr vorwiegend aus dem Charakter des betreffenden Gewerbes (wie z. B. bei den Reisenden) sondern einfach aus dem Charakter der Zeitung her, von der wir sprechen. Wir sagen: Verkäufer und Verkäuferinnen, Kommis, Lehrlinge und Lehrmädchen treten in der Frankfurter Zeitung zwar mit nicht wenigen Annoncen auf, im General-Anzeiger haben sie aber dreimal soviel und gehören demnach wohl im ganzen nicht zu den Arbeitsfaktoren von stärkerer Spezialisiertheit; sie stellen sich aber dennoch in der Frankfurter Zeitung als ein spezialisiertes Gewerbe dar. Da muß denn freilich, unserer Ansicht nach, der besondere Charakter der Zeitung als Beweis dienen, daß hier ein Gewerbe, welches sonst in verhältnißmäßig fühlbarer lokaler Gebundenheit sich befindet und nicht durch vorgeschrittene Spezialisierung glänzt, dennoch Elemente in sich trägt, bei denen der spezialisiertere, beweglichere, fortgeschrittenere Typus vorhanden ist; diese Elemente sind es, die sich auf die Frankfurter Zeitung konzentriert haben, unter ihnen sind die weiblichen Arbeitskräfte in sehr entschiedener Minderheit. Die andern, denen mit lokalen Blättern besser gedient ist, zeigen das weibliche Element in bedeutendem Übergewicht; auch treten die charakteristischen Eigenschaften, die ihrem sozialen Typus anhaften, beim weiblichen Element am stärksten hervor. Daraus ergibt sich von selbst, daß in der eigentlich lokalen Presse das Annoncenmaterial über weibliche Arbeit stärker sein muß als über männliche — das ist auch in der Tat der Fall. Tabelle 7 zeigt zusammen 92 783 Annoncen auf der weiblichen, 79 179 auf der männlichen Seite — wobei die Frankfurter Zeitung, obwohl kein typisch lokales Blatt, mit eingerechnet ist. Im Gesamtmaterial behauptet allerdings das männliche Element die Oberhand — denn der Allgemeine Anzeiger für Druckereien bringt auf dieser Seite einen starken Zuschuß.

B. Schwankungen.

1. Ihr Verhältnis zur Geschäftslage.

Die Zahlenunterschiede, die sich zeitweise in gleichartigen Materialmassen vorfinden, wären hauptsächlich aus der wechselnden Chance und Geschäftslage der einzelnen Gewerbe zu erklären, wenn diese Umstände, die ihre Ursache bilden, immer offen zu Tage lägen. Dem ist aber nicht so. Größere periodische Schwankungen kann man noch zur Not nach dem Wie? und Warum? befragen. Diese zeigen, als Linien dargestellt, eine gewisse Stetigkeit noch in der Bewegung. Anders die kleinen Schwankungen, die springenden Zickzacklinien, die das Bild einzelner freier Berufsarten, z. B. der Lehrer und Erzieher, Krankenpfleger und Versicherungsbeamten usw. darstellen — man kann sie aufzeichnen, aber nicht recht erklären. Die einen Betriebe beugen sich mehr als andere dem Einfluß schwer erkennbarer sozialökonomischer Veränderungen, die der nachträglichen Kontrolle um so sicherer entgehen, je kleiner sie verhältnismäßig, je mehr sie lokal und zeitlich beschränkt sind.

Im Hinblick auf die einzelnen Berufe ist übrigens das Symptomatische unserer Zahlen nicht in einfacher oder stets gleicher Weise zu bestimmen, wenn sie etwa Mangel an Arbeit beweisen sollen, oder Mangel an Arbeitskräften, oder Überfluß so oder so. Wollte man eine besonders große Zahl von Arbeitsgesuchen in einem Monat mit ausgeprägtem Arbeitsmangel in der gleichen Zeit erklären, das wäre oberflächlich. Denn nicht nur wollen viele Arbeitsucher, indem sie annoncieren, eine Beschäftigung erst für den nächsten oder übernächsten, nicht für den laufenden Monat auftreiben; sondern es annonciert mancher bloß aus Verlangen nach Veränderung, während er in ungekündigter Stellung sitzt. Solche Gesuche beweisen nicht Arbeitsmangel; doch man kann sie nicht getrennt von jenen behandeln, denen wirklich

Arbeitsmangel zu Grunde liegt. Auch ist die Schar der Ersterwähnten, jener Stellensucher für einen zukünftigen Zeitpunkt, unscheidbar durchmengt von solchen, die für jenen Zeitpunkt wirklich noch keine Arbeit haben, und solchen, die ganz wohl gebettet sind und nicht Kündigung noch Sorge zu fürchten brauchen, wenn ihre Arbeitsuche nicht fruchtet. Die einen annoncieren aus äußerem Zwang, aus Arbeitsnot, die andern nicht.

Oft sieht man Gesuch und Angebot in gleichem Tempo steigen und fallen. Wohlan, das Gesuch steht hoch, viel höher als vorigen Monat — aber man kann daraus nicht Arbeitsnot konstruieren, da ja das Angebot gleichermaßen gestiegen ist. Ein andermal findet sich Tiefstand beiderseits; wie lautet nun unser Schluß? Etwa so: „Es ist gute Zeit; die Mehrzahl der Kräfte ist plaziert; die Arbeitgeber haben sich für den Hochgang der Betriebe versorgt; von beiden Seiten ist wenig Anlaß, daß man sich in den Zeitungen melden sollte.“ — Gewiß, diese Erklärung paßt ganz gut z. B. für den Dezember im Handelsgewerbe; für das Druckergewerbe im Juli paßt aber die gegenteilige Erklärung.

Es finden sich also Schwierigkeiten, das Avertissement der Annoncenzahlen gut zu verstehen. Chance und Gesamtlage eines Berufes liegen in ihnen nicht unverhüllt zu Tage.

Zuweilen sind aber die Schlüsse verhältnismäßig einfach und doch richtig. So im Druckereigewerbe (siehe Diagramm Nr. 13), das seine bekannte Flut und Ebbe hat und auch dementsprechend deutlich charakterisierte Schwankungen im Annoncenmaterial zeigt. Wenn im Januar das große Geschäft der Accidenz-Druckereien beginnt, dann steigt das Arbeitsangebot — gegen Mai fällt es zusehends. Einen wenn auch weniger starken Aufstieg finden wir gegen Oktober, denn mit dem Zusammentritt der gesetzgebenden Körperschaften muß die Zeitungs-Druckerei sich zu stärkeren Leistungen rüsten. Hier haben wir einen der einfachen Fälle, wo die Zahlenstärke der Annoncen dem Chancenwechsel des Berufs deutlich folgt.

* * *

Aber auch das ist keineswegs so zu verstehen, als ob unsere Schwankungskurve zusammenfiele mit der idealen Linie, welche die Geschäftslage im Druckereigewerbe darstellen würde. Sie folgt ihr wohl, aber mit mäßigerem Schwung, mit geringerer Entfernung der Maxima und Minima vom Schwankungsdurchschnitt. Es ist wenigstens sehr wahrscheinlich, daß dieses Verhalten stattfindet; denn es wird,

(um beim Buchdruckgewerbe zu bleiben) — durch die zahlreichen von der gewerkschaftlichen Organisation der Buchdrucker veranlaßten Placements notwendig bewirkt, ohne daß die Mithilfe der Tagespresse dabei in Betracht käme. Außerdem versäume man nicht, an die Umfrager zu denken, die in dem bewußten Jahrgang die Druckereien „abklopften," um eine Brotstelle zu suchen. Der Prozentsatz an Arbeitsmehrung und Geschäftshebung, der in diesen Engagements zum Ausdruck kommt, müßte dem Maximum unserer Kurve zugesetzt werden, um es dem Maximum der Geschäftslage anzunähern. Ebenso fallen die Minima hüben und drüben nicht zusammen. Denn so schlecht die Zeit vom Juni bis September für das Druckereigewerbe sein mag, jeder Betriebsleiter schleppt dennoch sein Stammpersonal nach Kräften mit durch und drängt es nicht, nach anderen Stellen Umschau zu halten. So fällt von seiten dieses Stammpersonals, das natürlich aus besseren Kräften besteht, eine Anzahl Arbeitsgesuche auch in den Zeitungen weg, die sonst die schlechte Zeit lebhafter illustrieren könnten. — Wir nehmen bei dieser Gelegenheit vorerst an, daß es eher die besseren als die schlechteren Kräfte sind, die in längeren Perioden der Geschäftsstarre dann und wann in den Zeitungen um Arbeit nachsuchen; denn die schlechteren haben, wo den Chefs ohnehin die reichste Auswahl zu Gebote steht, ganz und gar keine Hoffnung auf Engagement. Sie sparen denn auch lieber die Annoncenkosten und bewirken damit in unserem Zahlenbilde ein Minimum, das, wie wir sehen, erst auf Umwegen erklärt werden kann, soweit es dem Minimum in der Geschäftslage entspricht.

Denn dieses Minimum im Zahlenbilde unserer Arbeitsgesuche entspringt aus einem Grundsatz, der an sich mit schlechter Geschäftslage nichts zu tun hat: Die Arbeitsgesuche häufen sich in den Zeitungen in dem Maße, als sie Aussicht auf Erfolg haben; sie vermindern sich in dem Maße, als die Aussicht auf Erfolg schwindet.

Dieser Grundsatz ist plausibel und gültig; er erlaubt aber nicht ohne weiteres gleiche Deutungen für die Geschäftslage bei gleichen Bewegungen unserer Schwankungskurven. Im Dezember z. B. findet sich, wie wir schon sagten, absoluter Tiefstand der Arbeitsgesuche im Handelsgewerbe, im Druckereigewerbe haben wir im Sommer die gleiche Erscheinung, — sie erklärt sich jedoch hier aus flauer, dort aus guter Geschäftslage!

Den oben bezeichneten Grundsatz im Auge behaltend, werden wir auch begreifen, warum große Zahlen im Gesuch zusammenfallen

mit großen Zahlen im Angebot. Die günstige Geschäftszeit — oder wenigstens ihr Beginn — charakterisiert sich eben dadurch, daß die Arbeitgeber Kräfte brauchen und demgemäß Annoncen einrücken. Andererseits inserieren, dem Grundgesetz folgend, die Arbeitsucher vornehmlich in solcher Zeit, wo Kräfte gebraucht werden und die Inserate also einige Aussicht auf Erfolg haben. Also fällt das Maximum der Angebote zeitlich ungefähr zusammen mit dem Maximum der Gesuche, das Minimum der Angebote mit dem Minimum der Gesuche: Das heißt Gesuche und Angebote bewegen sich einigermaßen parallel zu einander, und zwar so, daß die letzteren gewöhnlich um einige Grade höher liegen als die ersteren — denn es sind mehr Angebote als Gesuche da.

---

2. Das Übergewicht der Angebote.

Die höhere Zahl der Angebote ist hier eine kleine Erörterung wert, in die wir ungesäumt eintreten wollen. Doch wollen wir ein genaueres Eingehen auf das Detail vermeiden — denn die Einheitlichkeit unseres Stoffes bringt es mit sich, daß wir an verschiedenen andern Stellen, hauptsächlich unter dem Kapitel „Berufe“ den in Rede stehenden Punkt wieder zum Vorschein bringen müssen. — Auch schon der Abschnitt über die verschiedenen Charaktere der Zeitungen bringt diesbezügliche Bemerkungen. Genug daß wir an vorliegender Stelle allgemeinere Gesichtspunkte erörtern, die geeignet sind, den Charakter des Materials zu beleuchten, das die Presse über den Arbeitsmarkt liefert.

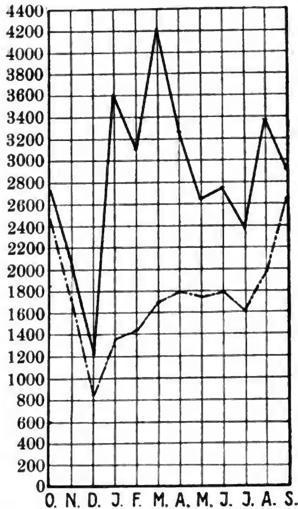
Das Überwiegen der Arbeitsangebote über die Gesuche erklärt sich großenteils durch die Ausübung der Umfrage nach Arbeit, die im lokalen Arbeitsmarkt bei den Arbeitnehmern stark, bei den Arbeitgebern schwächer mitspricht; denn die letzteren können nicht auf den unregelmäßigen Zustrom der Umfrager warten, in der Hoffnung, daraus rechtzeitig geeignete Kräfte zu gewinnen. Ein großer Teil der Annoncen der Arbeitgeber bezweckt denn auch in der Tat nur Beschleunigung und Konzentration der Umfrage nach bestimmten Punkten hin. Denn die mißgünstigen Äußerungen einiger Fachschriftsteller dürfen uns nicht verleiten, das Umfrageverfahren als etwas völlig Regelloses, gewissermaßen Abnormes anzusehen. So primitiv, umständlich nnd vielleicht auch zeitraubend es sein mag — ein Bruchteil von Systematik steckt dennoch darin. Daß die Umfrager

schon auf der Landstraße, noch mehr aber in der Herberge bei Berufsgenossen herumhören, ist sicher; daß sie außerdem auch den letzten Seiten der Tagesblätter einige Aufmerksamkeit schenken, dürfte mindestens wahrscheinlich sein. Durch diesen doppelten Nachrichtendienst, den sie sich nutzbar machen, erhält ihr Zug ohne Zweifel eine Regulative, die ungefähr dem Zeitbedürfnis entspricht: — Rufglocke und Wegweiser sind ihnen gegeben.

(Diagramm 1.) Häusliche Dienste.

Angebote ———— Gesuche --------

(Die Abscissen bezeichnen die Monate, die Koordinaten die Zahl der Anzeigen, je um 200 steigend.)



Ein weiterer Versuch, das starke Überwiegen der Angebote über die Gesuche zu erklären, richtet unsern Blick auf die Tätigkeit der Vermittlungsinstitute. Diagramm 1 zeigt dieses Überwiegen sehr ausgeprägt in einer Berufsgruppe, die bekanntermaßen den Vermittlern viel zu verdienen gibt. Es ist die Gruppe der Hausbediensteten. Wie

träge und zögernd geht die Kurve der Gesuche dem kolossalen Aufschwung nach, der die Angebote gegen März emporschnellt. Ohne Zweifel ist es die Tätigkeit der Stellenvermittlung, die man sich zwischen den Kurven liegend denken muß, eine Tätigkeit, die durch persönliches Beherrschen der Verhältnisse die Annonce in hohem Maße entbehrlich macht. Die Privatvermittlung kann zwar nicht umhin, sich in den Zeitungen immer wieder dem Publikum in Erinnerung zu bringen. Aber die Zahl ihrer Annoncen ist niedrig im Verhältnis zu der Zahl der von ihnen vermittelten Engagements. Sie verfahren summarisch beim Annoncieren. Zwei bis drei Inserate genügen ihnen, um etwa zehn Diener, fünf Kindermädchen und so und soviele Zofen zu empfehlen. Das alles drückt die Gesuche außerordentlich herab, während die Angebote durch ähnliche Verhältnisse weniger berührt werden. Wir haben in der Gruppe „häusliche Dienste" folgende Annoncenzahlen:

(Texttabelle 10.)

	Angebote		Gesuche	
	unmittelbar	durch Vermittl.	unmittelbar	durch Vermittl.
männlich .	793	217	953	79
weiblich . .	28689	4564	15829	4312

Gesamtzahl der Angebote
34263, darunter durch Vermittler 4781 oder 13,6 %.

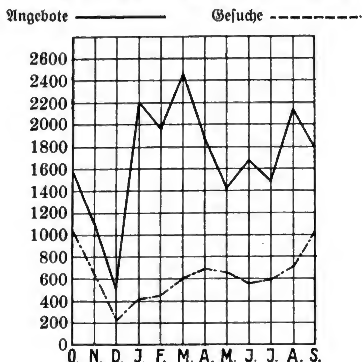
Gesamtzahl der Gesuche
21173, darunter durch Vermittler 4411 oder 20,8 %.

Die Vermittlungstätigkeit ist bei den Angeboten mit 13,6%, bei den Gesuchen mit 20,8% im Spiel. Die prozentuell stärkere Beteiligung bei den Gesuchen scheint indirekt zu bestätigen, was vorhin, zur Erklärung der höheren Kurve der Angebote, über die Wirkung gesagt wurde, die die Vermittlungstätigkeit auf die Annoncenzahlen ausübt. Gewiß ist diese Wirkung im Gewerbe der Hausbediensteten nicht gering — man denke nur an die bedeutenden gemeinnützigen Institute, die in Frankfurt Stellenvermittlungen für Dienstmädchen usw. besorgen! Die Kurve der Gesuche wird um so mehr niedergedrückt, je stärker in der Berufsgruppe der Einfluß der Privatvermittlung ist; dementsprechend geht die Kurve der Angebote höher.

Der vorigen Abbildung fügen wir eine weitere, Diagramm 2 hinzu. Jene stellte den ganzen Kreis der Hausbediensteten dar, diese greift aus eben demselben Kreise die Dienstmädchen, Hausmädchen und Alleinmädchen heraus, da diese drei Berufe mit besonderer Intensität die Vermittlungsinstitute benutzen. Es zeigt sich sofort, wie deprimierend

das auf die Kurve der Gesuche wirkt. Der März hat bei beiden Diagrammen das Maximum der Angebote. In diesem Monat steht in Diagramm 1 die Zahl der Gesuche zu den Angeboten wie 1 : 2,5. In demselben Monat stehen im andern Diagramm Gesuch zu Angebot wie 1 : 4,5; der gewichtige Einfluß der Vermittlungstätigkeit tritt also stark zu Tage — wobei natürlich nicht geleugnet werden soll, daß auch andere Einflüsse mitwirken mögen.

(Diagramm 2.) Dienst-, Haus- und Alleinmädchen.



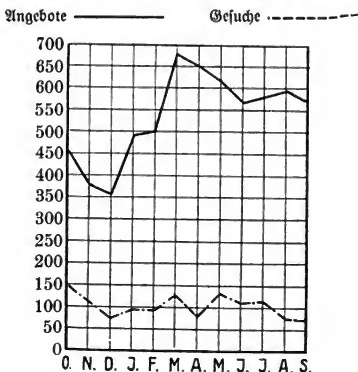
Zur weiteren Darstellung desselben Verhältnisses sei noch Diagramm 3 herangezogen, bei dem es sich um die Gruppe „Beherbergung und Erquickung" handelt. Kellner und Kellnerinnen spielen darin die Hauptrolle — kaum dürfte ein Stand in gleichem Maße auf Vermittlungsinstitute angewiesen sein. Die bewußte Erscheinung zeigt sich denn auch noch krasser als bei den andern Diagrammen: Gesuch zu Angebot wie 1 : 5,8!

So haben wir nun, um das Überwiegen der Angebote zu erklären, auf dem Arbeitsmarkt mehrere Bewegungen angesprochen, die nur indirekt und lose mit der Presse zusammenhängen: Die Fluktuation der Umfrager, die einen Teil der annoncierten Angebote mit unberechenbarer Bewegungsfähigkeit erledigt, ohne daß ihre Agilität irgend eine Spur zurückließe in dem leeren Raum, der unter den Angeboten und über den Gesuchen gähnt; sodann die vermittelnde Tätigkeit von ge-

meinnützigen und privaten Instituten, die diesen leeren Raum auf fast ebenso unkontrollierbare Weise vergrößert. Es bleibt noch ein weiterer Grund für das Überwiegen der Angebote übrig, ein Grund, der in der sozialen Psychologie liegt.

Daß der Unternehmer und Chef durch praktische Erwägung und natürliche Notwendigkeit veranlaßt wird, sich der Annonce reichlicher zu bedienen, wurde schon vorhin angedeutet. Was wir im

(Diagramm 3.) Beherbergung und Erquickung.



Augenblick weiteres sagen wollen, hat mit praktischer Erwägung im gemeinen Sinne nichts zu tun. Der Chef, als solcher sich fühlend, nämlich als ein Mann, der in seinem Hause zu herrschen gewohnt ist, wünscht als der Typus, der er ist, auch auf weiterem Gebiet als Tonangebender, als Beweger seinen Einfluß zu äußern. Er will auch den Arbeitsmarkt beherrschen, mit einem Wort. Zwar ist dieses Moment seiner Psychologie nicht immer etwas bewußtes, um so weniger da es nicht durchaus im Individuum, sondern mehr in der sozialen Lage wurzelt. Dennoch ist es ein sehr natürliches, vollkommen normales Produkt dieser Lage. Der die Arbeit organisiert und leitet, wird notwendigerweise bemüht sein, den Arbeitsmarkt zu beherrschen. Die Form und Frequenz des Arbeitsmarktes ist ihm nicht gleichgültig, wie sie ja auch dem Arbeitnehmer nicht gleichgültig ist.

Ohne Zweifel existiert ein Parteienstreit um den Arbeitsmarkt. Das bezeugt zunächst schon auf besonders bündige Weise der Widerstand, den die Arbeitgeber den Arbeitsnachweisen beruflicher Verbände entgegensetzen. Dieser Widerstand ist zwar nicht auf allen Punkten gleich stark. Größere Verbände, deren Organisation schon ein festes und bedeutendes Gebilde darstellt, können ihm leicht begegnen, nicht allein durch das natürliche Schwergewicht eines größeren Körpers, sondern noch viel mehr auf Grund ihrer positiven Leistungsfähigkeit. Kleinere, erst im Werden begriffene Verbände dagegen haben von seiten der Unternehmer nicht selten Skepsis und Feindseligkeit zu erfahren. Quantitative und organisatorische Stärkung in sich ist für sie das gegebene und eifrig ausgeübte Mittel, die widerstehende Phalanx der Arbeitgeber zu durchbrechen. Sie haben dieses Mittel auch meist ausgiebiger und erfolgreicher in der Gewalt als die Arbeitgeber. Sie sind nicht, wie jene, den Gefahren innerer Zersplitterung ausgesetzt; der organisatorische Zusammenschluß ist leichter, Konkurrenzneid, Streit um die Vorherrschaft im eigenen Lager, das sind Dinge, die sie nicht so kennen. Ist aber ihre Kräftigung genügend vorgeschritten, so etabliert sich der soziale Kampf, Zwang, Boykott. Sie wollen den Arbeitsmarkt auf die Weise bestimmen, die ihnen nützlich ist, das ist klar. Der Arbeitgeber, der diesen geschlossenen Reihen gegenüber nur unter größeren Hindernissen dieselbe Kampfweise anwenden kann, wirft seine Hauptkraft auf die Zeitungsannonce, die seinen Fähigkeiten und vorläufig auch seinem Vorteil am besten entspricht.

Der Streit um die formale Gestaltung des Arbeitsmarkts spielt sich natürlich nicht so klar ab, wie eine literarische Darstellung genötigt ist ihn erscheinen zu lassen. Aber um ihn zu erkennen, vergegenwärtige man sich die Entwicklung des modernen Arbeitsmarkts überhaupt. Die Umfrage ist seine originale Betriebsform; sie ist auch die Basis seines heutigen Betriebes, dessen verschiedene Modifikationen nur höher entwickelte Umfrage sind. Wir stellten schon das Arbeitsangebot in der Presse als ein Regulativ für die Umfrage dar. Und das inserierte Arbeitsgesuch, was ist es weiter, als eine Umfrage, die nicht von einem zum andern geht, sondern viele zu gleicher Zeit anspricht? Ohne Zweifel hat das Inserat bedeutende Vorzüge, wenn man es gegen die originale Umfrageform hält. Aber es hat auch Nachteile — es ist z. B. unpersönlicher als jene — darauf also wirds ankommen, wie diese Vorzüge und Nachteile erkannt, die ersteren ausgenutzt, die letzteren nach Kräften vermieden werden.

Der Arbeitgeber ist aber im allgemeinen befähigter, sich der Zeitungsannonce vorteilhaft zu bedienen. Nicht nur steht er als der Besitzende da, dem die Annoncenkosten kein Bedenken erregen; — er ist auch der Erfahrenere, das fällt mehr ins Gewicht. Durchweg fanden wir seine Annoncen zweckmäßiger verfaßt als die des Arbeitsuchers; zweckmäßiger im allgemeinen auf Grund seiner gesamten Situation, in der das Moment der höheren Erfahrung mit inbegriffen ist. Ein Chef, wohl wissend, was er braucht, spitzt seine Angebotsannonce auf ganz bestimmte Anforderungen zu und erspart sich den Zeitverlust, der durch geringere Präzision entstehen muß. Diese Vorteile liegen dem Arbeitsucher weniger nahe, weil erstens der Gegenstand seiner Annonce an sich nicht so genau präzisiert ist, — eine unbekannte Arbeitsstelle, die erst erlangt werden soll, ist eben kein so bestimmtes Ding, als eine vorhandene Arbeitsstelle, die man besetzen will; — zweitens aber auch, weil der Arbeitsucher, besonders wenn er gar keine Beschäftigung hat, weniger mit Zeitverlusten, desto mehr aber mit den Annoncenkosten zu rechnen d. h. an Zeilen zu sparen pflegt. Das sind Nachteile seiner Situation, gegenüber den Vorteilen in der Situation des Arbeitgebers. Hält man diese Dinge gegeneinander, so tritt in der Hauptsache ein neuer Grund für das numerische Übergewicht der Angebote hervor. Für die engere Betrachtung erklärt dieser Grund die Vorliebe des Arbeitgebers für die Arbeitsvermittlung durch die Presse. Diesen Teil der Arbeitsvermittlung beherrscht er ohne Zweifel, wenn er auch dem geschlossenen Vorgehen der Berufsvereine nicht auf gleiche Weise und mit dem gleichen Erfolge begegnen kann, und wenn sein Einfluß auf die privatgeschäftliche Vermittlung, wie es den Anschein hat, im Sinken begriffen ist.

Die vollständigere, genauere Fassung der Angebotsannonce ist an anderer Stelle in den Durchschnittszeilenzahlen der stärker vertretenen Berufe zu erkennen. (Vergl. Texttabellen 2 und 4.) In der Tat, ich konnte es reichlich beobachten: die stärkere Zeilenzahl ist ein Ausdruck genauerer und zweckbewußterer Abfassung der Annonce.

* * *

Mit diesen Ausführungen lassen wir die Überzahl der Angebote auf sich beruhen. Diese Erscheinung wird danach weniger auffallen. Zwar wird man sich erinnern, daß alle sonstigen Nachrichten über

den Arbeitsmarkt ein umgekehrtes Bild zeigen, ein Überwiegen des Arbeitsgesuchs über das Angebot, aber man wird auch bedenken müssen, daß wir z. B. nur den Arbeitsmarkt in der Presse betrachten; daß diese eine Form des Arbeitsmarkts in den bisherigen Berichten, wie immer sie sein mögen, sehr wenig beachtet worden ist; daß sie im übrigen notwendig andere Phänomene zeigen muß als jene, denn sie hängt an anderen Bedingungen, berührt andere, zumal höhere Schichten der tätigen Gesellschaft. Sie setzt die Zeitungsannonce als ein Medium voraus, das für einige breite Schichten des arbeitenden Volkes, für Fabrikarbeiter, Landarbeiter 2c. kaum existiert, während es für andere Arbeitsschichten, die an die Städte gebannt sind, von höchster Wichtigkeit ist. Auch selbst wenn wir bei den Städten bleiben und das gegenteilige Verhältnis in den Berichten der kommunalen Arbeitsnachweise anführen wollen, so ist immer noch zu bedenken, daß diese Institute vielfach für eine schwere Menge gerade solcher Gewerbtreibender nicht mitzählen, die im Annoncenmaterial gewaltigen Raum beanspruchen; das sind nicht nur Handlungsbeflissene, sondern auch bessere häusliche Bedienstete, Buchdrucker, Köche, Unterrichterteilende u. s. w. Auf so sehr anderem Boden erwachsend, muß das Annoncenwesen als Ganzes andere Erscheinungen zeitigen als die vorerst noch in der Entwicklung begriffenen städtischen Arbeitsnachweise.

---

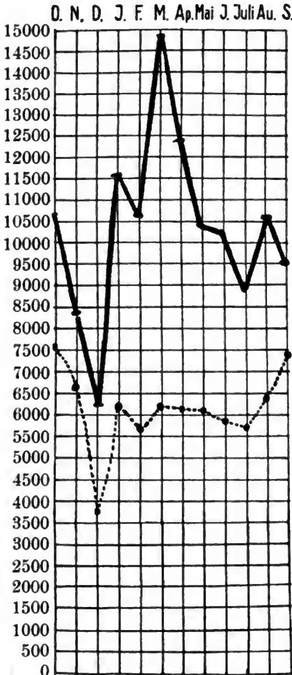
3. Die Beschaffenheit der Schwankungen.

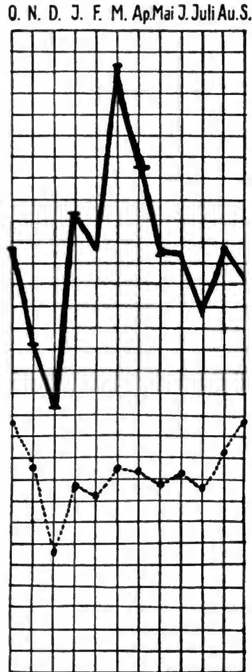
Werfen wir noch einen vergleichenden Blick auf die Schwankungskurven der Angebote und Gesuche! Wir finden (siehe Diagramm 4) in beiden Fällen den niedrigsten Stand im Dezember; von da aus ist, im allgemeinen gesehen, ein Aufstieg bis September-Oktober vorhanden, der sich jedoch nicht gleichmäßig vollzieht, sondern so, daß schon im Januar ein äußerst starkes Aufschnellen der Linie eintritt, welches sich im März bei den Angeboten wiederholt. Dann Abflauen bis Juli und weiterer Aufstieg gegen August-September. Dieses Auf und Nieder vollzieht sich prinzipiell sowohl bei den Gesuchen wie bei den Angeboten; — es ist, wie wir schon am Eingange dieses Kapitels sagten, eine gewisse Parallelität vorhanden, wobei natürlich in den Angeboten, die ja viel zahlreicher sind, die Be-

wegungen sich weit energischer ausdrücken, viel größere Entfernungen vom Durchschnitt zeigen als in den Gesuchen. Da mithin die beiden

(Diagramm 4.)

Kurven der Angebote ———— und Gesuche - - - - - - im gesamten Material.	Das Gleiche mit Hinweglassung des Allgem. Anzeigers für Druckereien.





Kurven zwar gleiche Tendenzen, aber mit verschieden starkem Ausdruck zeigen, so ist ihr Aussehen natürlich verschieden. Die Abweichung

erreicht nun besonders an einer Stelle einen so äußerst hohen Grad, daß man dabei die prinzipielle Verwandtschaft der Linien fast aus den Augen verlieren möchte. Nämlich: das Aufschnellen im Januar und besonders seine Fortsetzung im März ist bei den Angeboten ganz ungeheuer stark ausgeprägt, so stark, daß bereits mit Januar die Oktoberhöhe (die bei den Gesuchen absolutes Maximum ist!) überschritten wird und weiterhin im März ein Maximum der Angebote erscheint, dem gegenüber der Oktoberstand (10 634) fast in den Durchschnitt der Schwankungskurve (10 375) herabsinkt. Selbstverständlich gewährt bei so völlig verschiedener Lage des Maximums die ganze Kurve einen beträchtlich anderen Anblick als die der Gesuche; andererseits dürfen wir jedoch nicht verkennen, daß eine Besonderheit, die sich über 1 bis 2 Monate hinzieht, nicht die verhältnismäßig auffallende Parallelität im Verlauf der anderen Monate vernichten kann und daß also durch eben diese Besonderheit auch die Folgerungen nicht Schaden leiden, die wir aus dem Gesamtbilde geschöpft haben. Darunter z. B. die Folgerung, daß die Arbeitsucher sich dann am zahlreichsten des Zeitungsinserats bedienen, wenn die Aussicht auf den Erfolg des Inserats am günstigsten steht. Das auffallende Märzmaximum der Angebote schafft freilich eine Ausnahme von dieser Regel, — und keine geringe — aber schließlich ist diese Ausnahme nicht von derartiger Bedeutung, daß sie die Regel umstoßen kann.

Die Diagramme 11a bis 11f, darstellend größere Berufsgruppen in ihren Schwankungskurven, lassen in jeder dieser Gruppen das gleiche Phänomen des Märzmaximums der Angebote mit stärkerem oder schwächerem Ausdruck, aber stets vollkommen deutlich erkennen — ein Beweis, daß es sich dabei nicht bloß um ein irreguläres Verhalten einzelner Erwerbszweige, sondern um ein durchgehendes Prinzip handelt, welches sich allgemein in den Berufen betätigt. — Wie verhält es sich nun aber, wenn wir daraufhin die Tabellen im einzelnen durchgehen? Auch da können wir das Phänomen zahlreich in den Kolumnen entdecken, nämlich durchweg in den Kolumnen des Generalanzeigers, des Intelligenzblattes und der kleinen Presse, *nicht aber*, — oder doch nur selten und in geringer Ausgesprochenheit — *bei der Frankfurter Zeitung und beim Allgemeinen Anzeiger für Druckereien.* Wir stoßen also nochmals bei diesen beiden Zeitungen auf eine Art Verwandtschaft, wie wir sie bereits im Kapitel „Die Zeitungen" zu konstatieren Gelegenheit nahmen. Zwar ist die eine ein tägliches, die andere ein wöchentliches Blatt, aber in zwei Punkten sind sie sich ähnlich: in dem weiten Verbreitungsgebiet und

im fachmäßigen Charakter — $^4/_5$ aller Annoncen in der einen betreffen das Handelsgewerbe, $^4/_5$ aller Annoncen in der anderen das Druckereigewerbe. Das sind Momente, die begreiflicherweise andere Phänomene heraufführen als in den anderen Zeitungen. So haben diese beiden Zeitungen auch an dem Märzmaximum der Angebote keinen Teil, wenigstens soweit dieses Märzmaximum prinzipiell von Wichtigkeit ist, nämlich soweit es eine ausgesprochene Erhebung über die Januarhöhe hinaus bedeutet. (Denn der Leser wird sich erinnern, daß der Januaraufschwung — allerdings schwächer — auch von den Gesuchen mitgemacht wurde, der Märzaufschwung aber nicht, oder doch nur sehr schwach, daher denn auch nur der letztere einen wirklichen Ausnahmezustand bedeutet.)

Wie gesagt, nicht folgen diesem Märzaufschwung der Angebote die Frankfurter Zeitung und der Allgemeine Anzeiger für Druckereien.

(Text-Tabelle 11.)

Die Zahl der Angebote für a) Januar, b) Februar, c) März ist:

	a	b	c
im Generalanzeiger	7 862	7 389	11 290
im Intelligenzblatt	646	636	829
in der Kleinen Presse	250	235	371
in der Frankfurter Zeitung	1 835	1 651	1 617
im Allgem. Anz. f. Druckereien	907	638	747

In allen Zahlen dieser und der folgenden Texttabelle sind die durch Vermittler aufgegebenen Angebote mit einbegriffen, nebst den Annoncen „Vermittlungsbureau allgemein“. Es wird nicht uninteressant sein, wenn wir auch einzelne Gewerbe in ihrem Verhalten zur Märzsteigung hier anführen und dabei die Zeitungen, die die wichtigsten Unterschiede zeigen, getrennt von einander behandeln. (Texttabelle 12.)

Im allgemeinen kann man, auf diese Tabelle blickend, wohl sagen, daß das Märzmaximum auf Konto des Generalanzeigers zu schreiben ist. Denn auch in anderen wichtigen, zumal für den Generalanzeiger wichtigen Berufsgruppen, die auf dieser Tabelle nicht berücksichtigt sind, tritt das Charakteristikum der Märzsteigerung durchweg mit größter Deutlichkeit schon im Einzelgewerbe hervor. So in der stark vertretenen Gruppe der häuslichen Bediensteten, die ja im General-

(Texttabelle 12.) Zahl der Angebote.

Gewerbe	Frankf. Zeitg.			Allgem. Anz. f. Druckereien			General-anzeiger		
	Jan.	Febr.	März	Jan.	Febr.	März	Jan.	Febr.	März
Setzer und Drucker	—	—	—	434	348	376	57	48	111
Lithographen	—	—	—	212	143	151	38	53	64
Reisende, Vertreter	641	634	631	32	22	23	254	218	285
Geschäftsführer, Filialleiter	30	3	1	45	25	24	31	22	24
Buchhalter, Kontoristen	356	334	269	29	21	32	151	145	136
Lageristen, Magaziniers	82	91	34	—	—	—	14	25	17
Verkäufer, Kommis	282	224	248	—	—	—	762	755	1036
Architekten, Ingenieure	51	26	14	—	—	—	21	72	86
Versicherungsbeamte	48	41	42	—	—	—	90	120	79
Modistinnen	58	27	12	—	—	—	329	173	197
Kellner und Kellnerinnen	—	—	—	—	—	—	244	236	342
Buffetier	—	—	—	—	—	—	66	73	108
Schneider(innen), Näherinnen	—	—	—	—	—	—	497	735	1622
Schumacher	—	—	—	—	—	—	62	65	99
Friseure, Friseusen	—	—	—	—	—	—	104	81	176
Maler, Lackierer	—	—	—	—	—	—	22	52	200
Sattler, Tapezierer	—	—	—	—	—	—	38	70	252
Bäcker, Konditor	—	—	—	—	—	—	39	91	65
Küfer	—	—	—	—	—	—	12	17	34
Einleger (Buchdruck)	—	—	—	—	—	—	37	40	71
Landwirtschaftl. und Gartenarbeiter	—	—	—	—	—	—	5	13	53
Kunst- u. Handelsgärtner	—	—	—	—	—	—	31	25	80
Schweizer	—	—	—	—	—	—	9	9	25
Tagelöhner	—	—	—	—	—	—	108	118	170
Installateure	—	—	—	—	—	—	41	38	60
Schlosser	—	—	—	—	—	—	66	71	174
Schmiede	—	—	—	—	—	—	31	35	50
Metallarbeiter	—	—	—	—	—	—	31	33	50
Kutscher und Knechte	—	—	—	—	—	—	91	89	149

anzeiger einen besonders großen Raum einnimmt. Wir führen daraus nur einige Zahlen vor:

(Texttabelle 13.)

	Januar	Februar	März	
Putz- und Waschfrauen	124	141	162	
Dienstmädchen	173	175	216	
Alleinmädchen	20	45	58	
Hausmädchen	40	47	73	
Stützen	43	57	69	
Köchinnen	37	41	54	u. s. w.

Dieselben Verhältnisse haben wir in verkleinerter Form beim Intelligenzblatt und bei der Kleinen Presse, ganz besonders im Handelsgewerbe und bei den Hausbediensteten. Es sei aber der Anführungen genug; von entscheidendem Einfluß sind schließlich die großen Zahlen des Generalanzeigers.

Was ist es nun, was sich bisher über das Märzmaximum der Angebote sagen läßt: Es handelt sich dabei wesentlich um eine Erscheinung des lokal beschränkten, materiell aber stark variierten Arbeitsmarkts — denn der Arbeitsmarkt, soweit er umgekehrt in seinem Ausbreitungsgebiet sich erweitert, in seinem Stoffgebiet hingegen sich beschränkt, zeigt eine entgegenstrebende Tendenz — ein Nachlassen im März dem Januar gegenüber.

Indessen haftet der in Rede stehenden Erscheinung noch ein weiteres Charakteristikum an, das, wenn auch weniger stark ins Auge fallend, doch nicht völlig unbedeutend genannt werden kann. Betrachten wir nämlich die verwandten Gewerbe, d. h. die zur gleichen Gruppe gehörenden Gewerbe nebeneinander, so finden wir wohl, daß es unter ihnen die sozial tieferliegenden sind, bei denen sich die Märzsteigung stark ausgeprägt findet, während im allgemeinen die höheren Chargen eine gegenteilige Tendenz oder mindestens ein nur zweifelhaftes Eingehen auf die Märzsteigung zeigen. Besonders klar sieht man's im Handelsgewerbe, das der Einfachheit wegen nur soweit vorgeführt sei, als es im Generalanzeiger auftritt.

(Texttabelle 14.)

Da steht das Angebot im Januar zum Angebot im März

bei Verkäufern und Kommis	wie	1 : 1,360
„ Lageristen und Magaziniers	„	1 : 1,214
„ Reisenden und Vertretern	„	1 : 1,122
„ Buchhaltern	„	1 : 0,901
„ Geschäftsführern und Filialleitern	„	1 : 0,744

In der Gruppe Bekleidung und Reinigung steht Januar zu März
bei Schneidern und Näherinnen wie 1 : 3,263
„ Schuhmachern „ 1 : 1,597, dagegen
„ Modistinnen „ 1 : 0,514.

Wir ziehen keine weiteren Berufsgruppen heran: Die Tatsache von der wir sprechen, ist überaus leicht erklärlich. Zunächst wechseln die höheren Chargen in den Berufen ohnehin nicht so stark die Arbeitsstelle wie die niederen — sie tragen also zu den charakteristischen Ausladungen der Kurve schon aus diesem Grunde nicht viel bei; ferner liegt hier wohl der Umstand vor, daß in den meisten Branchen die Arbeitgeber sich nicht allzu gern darauf einlassen, erst im März, wo das Frühjahrsgeschäft schon lebhaft einsetzt, gerade die verantwortlichen Posten mit neuen, unbekannten Personen zu besetzen — da zu dieser Zeit schon für die niederen Stellen unbequeme Neubesetzungen fast sicher notwendig werden.

* * *

Hiermit lassen wir den Versuch, das Märzmaximum in seinen Einzelbestandteilen zu beleuchten, auf sich beruhen. Es ist mit diesem Versuch natürlich noch keine Erklärung des anormalen Moments in diesem Märzmaximum gegeben, des anormalen Umstandes nämlich, daß die Kurve der Gesuche an dieser Stelle sich nur wenig über die Januarhöhe erhebt, die bei den Angeboten so sehr überschritten wird. Der auffällige Charakter dieses Umstandes erscheint, wie man sich erinnern wird, in Form einer Ausnahme von jener Regel, daß die Arbeitsgesuche sich mehren mit den Aussichten auf ihren Erfolg. Denn da zum März die Arbeitsangebote fast in allen Gewerben so plötzlich und noch weit über den Januarstand hinaus anwachsen, so ist ja, sollte man meinen, für den Arbeitsucher genügend Aussicht auf Erfolg und damit die Vorausbedingung für ein lebhaftes Annoncieren auch seinerseits vorhanden. Dennoch macht der Arbeitsucher keine Miene, diesem jähen Märzaufschwung nun auch mit den Gesuchen einen ähnlichen Vorstoß an die Seite zu setzen — er verhält sich scheinbar passiv. — Es dürfte diesem Umstand gegenüber wohl logisch sein, an ein tatsächlich überstarkes Bedürfnis an Arbeitskräften zum Beginn des Frühlings zu glauben, ein Bedürfnis, das sich durch die ausnehmend intensive Inseratenaktion der Arbeitgeber dermaßen heftig und plötzlich äußert, daß die im Übrigen vorausgesetzte Tendenz der Arbeitnehmer, in Zeiten starken Bedarfs sich stark

anzubieten, nicht recht zu Worte kommt, von vornherein gedämpft, vorweggenommen, vor ihrem eigentlichen Ausbruch befriedigt wird.

Dies wäre eine Erklärung. Eine zweite schließt sich mittelbar an den Umstand an, daß der große Januar-Aufschwung nicht nur in den Angeboten, sondern auch in den Gesuchen lebhaft in die Erscheinung tritt. Nach dem völligen Tiefstand im Dezember ist das freilich um so weniger wunderbar, als zahlreiche Hilfskräfte, die im Dezember plaziert waren, nach Abschluß des Weihnachtsgeschäftes wieder abgestoßen worden sind und nun zum Januar nach einer neuen Arbeitsstelle Umschau halten müssen. Immerhin wird man, soweit diese Umschau durch Inserate geschieht, annehmen müssen, daß eben jene arbeitsuchenden Elemente, bei denen Antrieb und Notwendigkeit zum Inserieren vorhanden sind, unter beiden chancebietenden Monaten, Januar und März, am auffälligsten in dem früherliegenden auftreten werden. Schließt man weiter, daß viele von jenen Arbeitsuchern mit Hilfe des Inserats im Januar oder Februar passende Placements erhalten, im März also wohlversorgt sind, so wird es weniger erstaunlich sein, daß der März keine wesentlich höhere Anzahl von Gesuchen als der Januar zeigt, sondern nur eine ungefähr ebenso große — zum Unterschied von den Angeboten. —

Endlich das wichtigste Moment der Erklärung: Die Tätigkeit der Vermittlungsinstitute spielt offenbar eine große Rolle gerade im März! Findet man doch die Märzsteigung der Angebote durchweg in jenen Gewerben besonders stark und sicher ausgeprägt, die mehr als unter dem Einfluß solcher Institute stehen: — Hausbedienstete — Gastwirtsgewerbe.

Das lebhafte Eingreifen der Privatvermittlung hat aber — wir sagten's schon früher — eine hemmende Wirkung auf den Aufstieg der Arbeitsgesuche im Zeitungsinserat. Je stärker eine Bewegung beeinflußt wird von jenen Gewerben, die ihrerseits unter dem Einfluß der Privatvermittlung stehen, um so beträchtlicher wird der Abstand sein, der zwischen der Zahl der Angebote und Gesuche entsteht. Weil eben die Arbeitsucher die Privatvermittlung überall stärker in Anspruch nehmen als die Anbieter von Arbeitsstellen. Da im vorliegenden Fall die Beteiligung solcher von Vermittlern beeinflußten Gewerbe reichlich stark ist, so dürfen wir in diesem Umstande unzweifelhaft ein neues, nicht unwichtiges Moment zur Erklärung des Sachverhalts, d. h. zur Deutung des auffälligen Märzmaximums der Angebote erblicken.

Auch die Umfrager spielen hier ohne Zweifel ihre Rolle — denn abgesehen von Hausbediensteten, Kellnern u. s. w. sind mit besonderer

Stärke Bau- und andere Handwerker, die sich der Umfrage agil zu bedienen pflegen, am Märzaufstieg beteiligt, wie schon die Texttabelle 12 beweist.

Relativ wenig beteiligt ist hingegen im ganzen das Handelsgewerbe, Versicherungsgewerbe, Unterrichtsgewerbe, alle diese Tätigkeitsformen, die sich der Privatvermittlung fast gar nicht anvertrauen und auch die Umfrage nur wenig beleben.

Um es zusammenzufassen: Unsere Ansicht über das Anormale der Märzlage setzt keine anormalen Ursachen im einzelnen voraus. Wir nehmen allgemein die gleichen Kräfte und Einflüsse an, die auch in den anderen Monaten tätig sind, hier aber durch die Kombination der Umstände lebhafter zu Worte kommen als sonst. Wenn auch die eine oder andere Voraussetzung, z. B. der tatsächliche Hochdruck des Bedarfs an Arbeitskräften im Frühlingsanfang, nur speziell für diese Zeit in Anrechnung kommt, im Gegensatz zu anderen Jahreszeiten, so können wir just darin nichts derartig Anormales sehen, um gerade die eigentlich interessante Erscheinung, das verhältnismäßige Zurückbleiben der Gesuche gegen die Angebote, unter dem Gesichtspunkt einer ausgesprochen anormalen Herkunft zu betrachten. Auch das Freiwerden vieler Arbeitskräfte mit Ende des Weihnachtsgeschäfts ist nicht in diesem Sinne anormal, noch weniger das Eingreifen der Privatvermittlung, das Mitwirken der Umfrage. Jedoch schießen alle diese Momente im engen Zeitraum zusammen und üben infolgedessen eine zugespitzte Wirkung aus, deren Schlußeffekt eben den Gegenstand dieser Auslassungen bildet.

Dem Diagramm 4, das diese Kurven veranschaulicht, geben wir ein weiteres Diagramm zur Gesellschaft, bei dem das Material des Allgemeinen Anzeigers für Druckereien ausgeschieden ist und somit die reinen Tageszeitungen zu Wort kommen. Beim Vergleichen beider Diagramme finden wir die Linie des Angebots wenig verändert, in den Gesuchen aber läßt sich nach dem Ausscheiden des Allgemeinen Anzeigers für Druckereien eine regere Bewegung spüren, hauptsächlich durch das deutliche Sinken im Mai und den leichten Aufstieg im Juni. Da jene ausgemerzte Wochenschrift in ihrem starken Annoncenmaterial doppelt so viel Gesuche als Angebote aufweist, so ist die erwähnte Veränderung der Kurven nicht weiter seltsam. Sie verdient nur insofern Erwähnung, als sie einen Gegensatz zum Verhalten der Kurve der Angebote darstellt, nämlich durch den kleinen Aufstieg im Juni, demgegenüber die Angebote einen leichten Abfall zeigen.

Es ist nun, neben dem starken Märzmaximum der Angebote, noch eine weitere, freilich nicht sehr bedeutende Irregularität in dem Verhalten der aus den Gesamtzahlen sich ergebenden Kurven zu berichten: In den Angeboten Abfall von August zu September, in den Gesuchen Aufstieg zu derselben Zeit. Das kehrt auch in jeder einzelnen Zeitung wieder, ist also nicht als einfache Anormalität zu betrachten; vielmehr liegt wohl Gesetzmäßigkeit darin.

Bei aufmerksamer Durchsicht der großen Tabellen im Anhang entdeckt man jedoch, daß, ganz ähnlich wie beim Märzaufstieg, gewisse Berufe stark, andere schwach diesem Hauptzuge folgen, und noch andere sich ihm widersetzen. Letzteres tun z. B. gewisse freie Gewerbe von nicht ganz geringer Stufe, Bautechniker, Elektrotechniker, gewerbliche Zeichner, Photographen, Lithographen, Setzer und Drucker, Lehrer und Erzieher, Versicherungsbeamte. Diese folgen nicht dem allgemeinen Abwärtszuge der Angebote im September, sondern bewegen sich vielmehr aufwärts. Desgleichen — was allerdings bei der bevorstehenden Herbstsaison nicht Wunder nimmt — haben die Schneider und Schneiderinnen gerade um diese Zeit einen äußerst lebhaften Aufschwung, der denn auch in der Kurve „Bekleidung und Reinigung" (siehe Diagramm 11 c) wohl bemerkbar ist. Gegenüber diesen Gewerben, die im normalen Verhältnis zu den Gesuchen bleiben, sehen wir den erwähnten anormalen Zug vorwiegen bei Wäscherinnen, Plätterinnen, Modistinnen, Hausbediensteten und im Handels- sowie Restaurationsgewerbe. Aber durchaus mit Unterschied: Es ist nämlich wieder eine Analogie zum Märzaufstieg festzustellen: Die höheren Chargen aus der gleichen Berufsgruppe machen nicht mit! Im Handelsgewerbe beharren Reisende, Vertreter, Filialleiter ungefähr auf dem Stande vom August; bei den Hausbediensteten sind Haushälterinnen und Köchinnen konstant, Gesellschafterinnen und Stützen sogar stark gehoben; im Baugewerbe ist Steigung bei den Technikern während gleichzeitigen Abfalls bei den Bauhandwerkern — und im Restaurationsgewerbe zeigt sich ein ähnliches Verhältnis, wenn auch weniger auffallend, zwischen Büffetiers und Kellnern. Dieser eigentümlich gleichmäßig hervortretende Zug erklärt allerdings noch nicht im geringsten den Septemberabfall — höchstens kann man ihn indirekt zur Erklärung heranziehen, d. h. ihn mit Umfrage und Privatvermittlung zusammen betrachten. Man müßte dabei voraussetzen, daß diese beiden, auf dem lokalen Arbeitsmarkt so kräftig eingreifenden Faktoren hier mal in anderem Sinne gewirkt hätten als im März. Sie hätten einen Abfall der Angebote hier, dort ein Zurückbleiben der Gesuche veranlaßt.

Daß allerdings Umfrage und Privatvermittlung nicht unbeteiligt an der Erscheinung sind, liegt klar auf der Hand. Sie sind ja relativ an allen Erscheinungen mitbeteiligt, da sie als tätige, wenn auch unkontrollierte Bewegungsmomente neben dem Presseinserat auf dem lokalen Arbeitsmarkt beständig mitwirken. Auch hier sehen wir überdem, wie der Septemberabfall der Angebote eben von jenen Gewerben ausgeht, die dem Einfluß der Privatvermittlung und der Umfrage stark hingegeben sind, nicht aber von jenen, bei denen das nicht der Fall ist, wie besonders bei den höheren Chargen im Handelsgewerbe, im Baugewerbe, sowie bei den vorangeführten freien Berufsarten, Lehrern und Erziehern, Versicherungsbeamten, Redakteuren usw.

Die Lage im September ist aber diese: Die Arbeitsucher haben, im ganzen betrachtet, monatelang wenig Chance gehabt, gegen September zu, wo sie ein steigendes Bedürfnis an Arbeitskräften voraussetzen können, drängen sie also stark heran. Bei den Arbeitgebern ist es umgekehrt: Sie haben Monate lang, nämlich während des ganzen geschäftsstillen Sommers im allgemeinen auf leichte Weise die Arbeitskräfte herbeiziehen können, deren sie bedurften, sie haben außerdem die besseren Kräfte möglichst festgehalten, um zur Zeit des Geschäftsaufschwungs nicht in Verlegenheit zu kommen, und soweit ihre Vorsorge sich nicht gerade in dieser Form zeigte, haben sie doch in aller Ruhe unter den vielen Bewerbern, die zur Verfügung standen, sich die brauchbarsten für die Zeit des Bedarfs gesammelt. Nun, wo das Geschäft da ist, erfahren sie neuerdings auf allen möglichen Wegen ein stark gesteigertes Angebot, durch Privatvermittlung, durch Umfrage, durch die Presse. Sie brauchen in der schnellen Heranziehung der Arbeitskräfte nicht so jäh vorauseilen wie im Januar und März, genug, daß sie auch zu dieser entscheidenden Zeit immer noch wesentlich stärker annoncieren als die Arbeitsucher — wenn auch ihre nunmehrige Bemühung nicht mehr so stark wie in den Monaten vorher erscheint. —

---

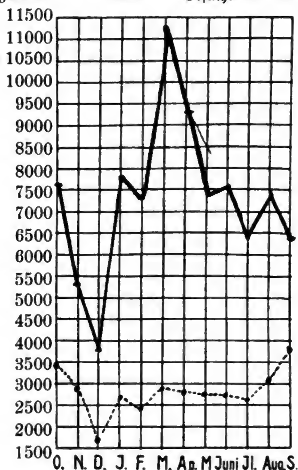
4. Schwankungen von Angebot und Gesuch in den einzelnen Zeitungen.

Obwohl die beigefügten Liniendiagramme das Bild dieser Schwankungen insoweit geben, als Liniendiagramme das eben können, wird man sich doch über die Qualität dieser Schwankungen klarer, wenn man sie in ihrem Prozentverhältnis zum Durchschnitt oder Mittel betrachtet, wie die nachfolgende Tabelle es darstellt. Zur

letzteren sei bemerkt: Es sind in den 12 Monaten die Abweichungen vom Monatsdurchschnitt der Annoncenzahlen addiert und die Summe durch 12 dividiert. Die so erhaltene Zahl der mittleren Schwankungen um den Durchschnitt ist indirekt angegeben, nämlich in ihrem Prozentverhältnis zum Durchschnitt; die Angabe ist neben die Zahl des absoluten Durchschnitts geschrieben, wo man sonst bei anderen

(Diagramm 5.)
Schwankungskurve des Generalanzeigers.

Angebote ——— Gesuche - - - - - - -



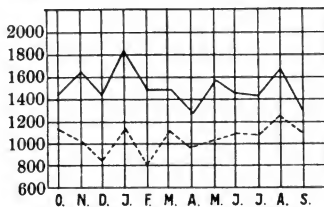
mathematischen Begriffen Exponentialziffern findet. Ferner ist jedesmal die Abweichung des Maximums und des Minimums von der Durchschnittsziffer in ihrem Prozentverhältnis zur letzteren angegeben. Aus dieser jedesmaligen Angabe von 4 Ziffern (Durchschnitt, mittlere Schwankung, Maximum, Minimum) gewinnt man einen genaueren Eindruck von der Qualität der Schwankungen als aus dem bloßen Liniendiagramm, welches letztere nämlich etwas Irreleitendes hat, weil man bei der linearen Ansicht der Schwankungen nicht leicht die unter dem Minimum liegenden Zahlen, jene Schichten, die von Schwan-

kungen nicht berührt werden, in gehöriger Weise in Betracht zu ziehen vermag. So z. B. sieht die Schwankung auf dem Diagramme aller

(Diagramm 6.)

Schwankungskurve der Frankfurter Zeitung.

Angebote ———————— Gesuche --------



Annoncen (4) weit stärker aus als diejenige beim Intelligenz-Blatt, während die Berechnung laut Texttabelle 15 ein umgekehrtes Verhältnis ergibt.

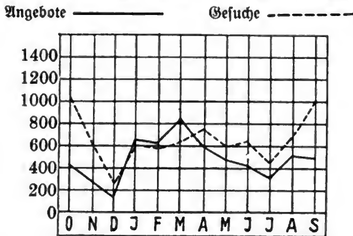
(Texttabelle 15.)

Bezeichnung der Zeitung	Durchschnittsziffer, daneben mittlere Schwankung, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer	Abweichung des Maximums vom Durchschnitt, dargest. in Prozenten der Durchschnittsziffer	Abweichung des Minimums vom Durchschnitt, auf dieselbe Weise dargestellt
Intelligenzblatt			
Angebote	512 25,5	Max. 59,9	Min. 65,4
Gesuche	677 23,7	„ 57,7	„ 55,9
Frankfurter Zeitung			
Angebote	1562 7,2	Max. 17,5	Min. 10,9
Gesuche	1066 7,5	„ 15,5	„ 20,9
Allgem. Anz. für Druckereien			
Angebote	670 16,9	Max. 35,4	Min. 26,3
Gesuche	1517 13,2	„ 24,4	„ 38,3
Generalanzeiger			
Angebote	7376 15,8	Max. 53,1	Min. 48,2
Gesuche	2828 11,5	„ 33,8	„ 41,5
Alle Zeitungen			
Angebote	10375 13,8	Max. 43,6	Min. 39,9
Gesuche	6195 10,6	„ 21,8	„ 38,2

Die Tabelle meldet das stärkste Schwanken im Intelligenz-Blatt, das schwächste in der Frankfurter Zeitung. Der General-Anzeiger schwankt stärker als die Gesamtmasse — sein Maximum und Minimum sind weiter vom Durchschnitt entfernt. Der Anzeiger für Druckereien hält sich in der Mitte: mittlere Schwankung stärker, Maximum und Minimum geringer als in der Gesamtmasse. In dieser Hinsicht wie in so vielen anderen schließt sich der Allgemeine Anzeiger für Druckereien wieder der Frankfurter Zeitung an. Er ist allerdings größeren Schwankungen unterworfen, als diese, denn auch das Material jener Erwerbsgruppe, die 4/5 seiner Spalten füllt, schwankt

(Diagramm 7.)

Schwankungskurve des Intelligenzblattes.



in den Zeitungsinseraten weit lebhafter (siehe Diagramm 13) als die Gruppe „Handelsgewerbe," (Diagramm 11b u. b'). — General-Anzeiger sowohl als Intelligenz-Blatt sind zum sehr starken Teil von Hausbediensteten, Konfektionsarbeitern und Bauarbeitern eingenommen, jenen Gewerben, in denen die Schwankungen, wie im Kapitel „Berufe" noch erwähnt werden wird, sich sehr kräftig ausprägen.

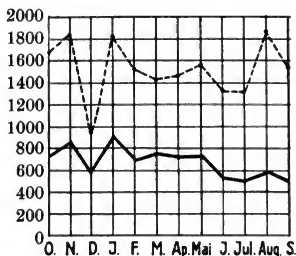
Auch in der Lage der Maxima und Minima zeigen sich indirekt verwandte Züge zwischen Frankfurter Zeitung, Diagramm 6 und Allgemeiner Anzeiger für Druckereien, Diagramm 8. Bei den Angeboten liegt das Maximum beidemal im Januar (bei allen andern Blättern im März), das Minimum liegt beidemal nicht im Dezember, wie sonst überall. Bei den Angeboten liegt das Maximum beidemal im August, nicht im September oder Oktober wie sonst.

Der Abfall der Angebote von August zu September zeigt sich in allen Zeitungen — von seinem gegensätzlichen Charakter zu dem

Verhalten der Gesuche sprachen wir schon, wie auch von den feststellbaren Gründen seiner Herkunft. —

(Diagramm 8.)

Schwankungskurven des Allgemeinen Anzeigers für Druckereien.



---

5. Schwankungen in den verschiedenen Berufsgruppen usw.

Wollen wir endlich die Hauptberufsgruppen in ihren Schwankungen beobachten, so finden wir diese ausgedrückt in den Diagrammen 11a bis 11f', zu denen wir aus vorhin angeführten Gründen eine Darstellung in Prozentsätzen der Durchschnittsziffern beibringen wie zu den Schwankungen in einzelnen Zeitungen. (Texttabelle 16.)

Wir sehen, im Handelsgewerbe sind die Schwankungen am kleinsten (nach der gezeichneten Kurve, Diagramm 11$^{b\ u.\ b'}$, würde man leicht zu einem andern Schluß kommen — die Kurven täuschen in dieser Beziehung). Es zeigt sich da die relative Verwandtschaft der Kurve mit jener in der Frankfurter Zeitung, (Diagramm 6). — Unter „Häusliche Dienste", „Bekleidung und Reinigung" und „Baugewerbe" sind dagegen starke Schwankungen zu verzeichnen — es sind das jene Berufsformen, die das Hauptkontingent zu den Annoncen des General-Anzeigers und des Intelligenz-Blattes stellen — und auch hier läßt sich die Verwandtschaft der Kurven leicht erkennen. Unter „Beherbergung und Erquickung" ist die auffällig geringe Schwankung in den Gesuchen bereits an anderer Stelle differenzierter dargestellt und in die Erörterung gezogen worden, zum Beweise des niederdrückenden

Einflusses, den die Privatvermittlung auf die Gesuche in jenen Gewerben hat, die ihr besonders stark unterworfen sind (vergleiche Diagramm 3). Wir dürfen ohne Zweifel eine indirekte Bestätigung des gleichen Prinzips in dem Umstande sehen, daß bei den unter „Sonstige Gewerbe“ zusammengefaßten Berufen die Gesuche stärker sind als die Angebote; denn unter diesen „Sonstigen Gewerben“ befinden sich eben keine oder fast keine, die den Privatvermittler in Anspruch nehmen.

(Texttabelle 16.)

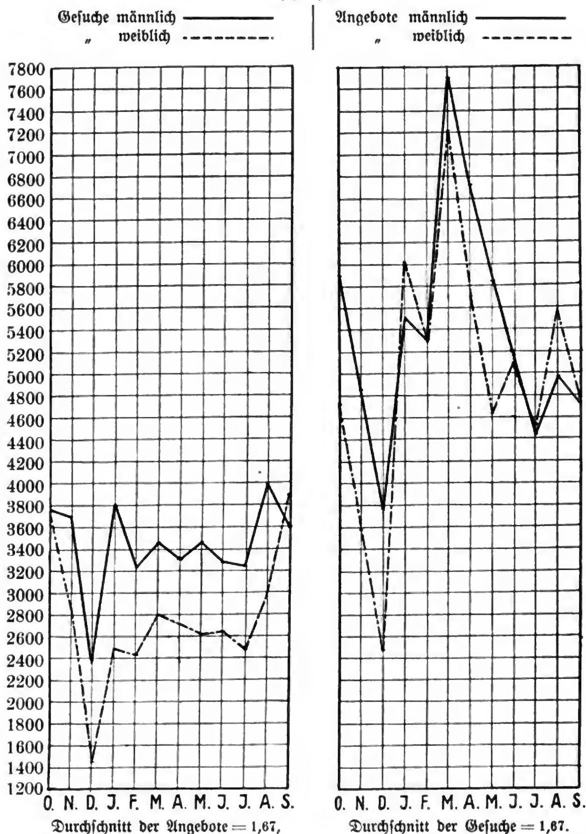
Bezeichnung der Berufsgruppe		Durchschnittsziffer, daneben mittlere Schwankung, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer		Abweichung des Maximums vom Durchschnitt, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer	Abweichung des Minimums vom Durchschnitt, auf dieselbe Weise dargestellt
Häusliche Dienste . .	Angebote	2855	19,6	48,3	56,9
	Gesuche .	1764	17,7	48,6	56,6
Handelsgewerbe . . .	Angebote	3008	9,3	21,8	26,6
	Gesuche .	1525	8,2	11,6	28,7
Bekleidung u. Reinigung	Angebote	1457	24,6	80,2	47,9
	Gesuche .	580	2,02	28,9	42,3
Beherbergung und Erquickung . . .	Angebote	582	15,2	26,7	33,8
	Gesuche .	104	8,3	17,2	12,2
Baugewerbe	Angebote	476	30,6	66,6	55,0
	Gesuche .	72	9,9	26,4	44,4
Alle sonstigen Gewerbe	Angebote	2045	14,1	43,2	28,3
	Gesuche .	2198	10,4	18,4	37,9

Dieses Übergewicht der Angebote wird allerdings zum weitaus größten Teil durch das Material des „Allgemeinen Anzeigers für Druckereien“ herbeigeführt; aber das ändert nicht viel an dem prinzipiellen Verhältnis; der „Allgemeine Anzeiger für Druckereien“ enthält eben in seinem Annoncenmaterial nur solche Gewerbe, die auch in den übrigen Zeitungen fast gar nicht unter den durch Vermittler aufgegebenen Annoncen erscheinen.

Endlich sei bei dieser Gelegenheit noch darauf hingewiesen, daß die Annoncen, welche weibliche Personen betreffen, stärker in ihren Ziffern schwanken als die von männlichen Personen sprechenden. (Siehe Diagramme 9a u. b nächste Seite.)

(Diagramm 9a u. b.)

Schwankungskurven der sämtlichen Gewerbe und Angebote für beide Geschlechter.



In den Gesamtzahlen des ganzen Materials stellt sich dieses Verhältnis folgendermaßen dar:

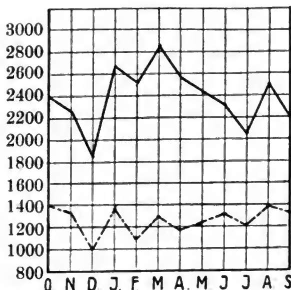
(Texttabelle 17.)

Art der Annonce und Scheidung nach den Geschlechtern		Durchschnittsziffer, daneben mittlere Schwankung, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer		Abweichung des Maximums vom Durchschnitt, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer	Abweichung des Minimums, dargestellt in Prozenten der Durchschnittsziffer
Angebote	männlich	5460	14,2	41,9	30,3
	weiblich .	4968	17,0	45,0	50,0
Gesuche	männlich	3431	8,5	17,2	30,5
	weiblich .	2764	15,0	40,9	47,9

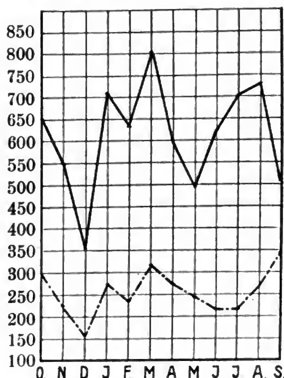
Das gleiche Verhältnis erscheint auch in den Einzelberufen, so z. B. ist es leicht ersichtlich in den dem Handelsgewerbe entnommenen Diagrammen 10a u. b — das Handelsgewerbe war mehr als andere

Diagramm 10a u. b.)
Schwankungskurven für das Handelsgewerbe.

a) Angebote männlich ————
Gesuche " - - - - - - -



b) Angebote weiblich ————
Gesuche " - - - - - - -



für diese Feststellung befähigt, weil in ihm nicht ein so übermäßig großer Zahlenunterschied zwischen den Annoncen über männliche und weibliche Personen besteht als in andern Berufsarten.

Wir schließen hiermit das Kapitel über die Schwankungen zwischen Angeboten und Gesuchen.

Der bewegliche Stoff, den es umschließt und auf den es ferneren Ausblick zeigt, konnte naturgemäß nur in allgemeinen Zügen abgehandelt werden. Die Tabellen im zweiten Teil enthalten wohl noch verwendbares Material für den Leser, der etwa genaueres Interesse an dem Gegenstande nimmt. Außerdem sind in anderen Kapiteln Andeutungen zu finden, die mit Schwankungen zu tun haben.



C. Verschiedene Berufe.

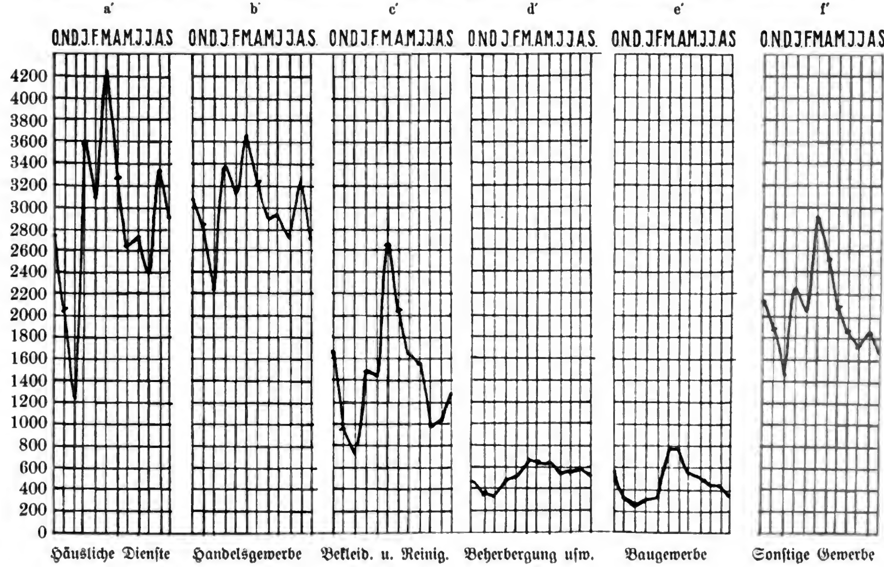
Diesem Stoffgebiet entnahmen wir schon gelegentlich einige Zahlen, um die Zeitungen in der Verschiedenheit ihres Charakters gegeneinander zu halten oder den wechselnden Grad der Schwankungen darzustellen. Traten bei diesen Gelegenheiten meist größere Berufsgruppen in ihren Gesamtzahlen auf, so wird es sich jetzt darum handeln, sie in aufgelösterer Form vorzuführen, soweit der Raum es erlaubt, und die anderen, weniger umfangreichen Gruppen heranzuziehen, in dem Maße, als sie typische Verhältnisse darzustellen scheinen. Bei Zahlenanführung in einem Beruf oder einer Berufsgruppe meinen wir hier stets die zusammengefaßte Zahl aus allen von uns behandelten Zeitungen, sofern es nicht direkt anders gesagt wird.

Die vier größten Gruppen sollen auch hier wieder den Reigen eröffnen, allen voran die Gruppe 23, Häusliche Bedienstete.

Obwohl in fast allen Zeitungen und Berufen die Arbeitsangebote in weit größerer Menge auftreten als die Gesuche, kommt doch das Übergewicht dieser Gruppe über die andern mehr auf Rechnung der Gesuche, wenngleich sich auch hier, absolut genommen, mehr Angebote als Gesuche finden; relativ aber, nämlich an anderen großen Berufsgruppen gemessen, treten die Gesuche in 23 stark hervor, denn wir finden hier das Verhältnis der Gesuche zu den Angeboten wie 1 : 1,62.

(Texttabelle 18.)

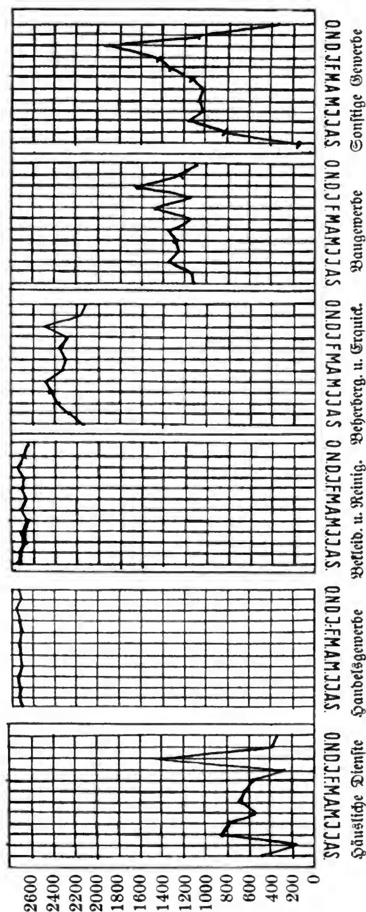
im Handelsgewerbe	sind Gesuche zu Angeboten wie	1 : 1,97
in Bekleidung und Reinigung	„ „ „ „ „	1 : 2,75
in Beherbergung u. Erquickung	„ „ „ „ „	1 : 5,10
im Baugewerbe	„ „ „ „ „	1 : 6,95



(Diagramme 11a—f').

Kurven aus den Zahlen der Arbeitsangebote in den wichtigsten Berufsgrupruppen (s. Anhangstabelle).

Kurven aus den Zahlen der Arbeitsgesuche in den wichtigsten Berufsgruppen (s. Anhangstabelle).



Dieses relative Vordringen des Gesuches, zunächst auffällig erscheinend, geht Hand in Hand mit der starken Vorherrschaft des weiblichen Elements in Gruppe 23 und findet darin auch seine Erklärung. Frauen bedienen sich beim Arbeitsuchen mehr der Zeitungs-Annonce als Männer. Während im gesamten Material immer auf 5,99 Annoncen ein weibliches Arbeitsgesuch kommt, finden wir in Gruppe 23 auf 2,75 Annoncen ein weibliches Arbeitsgesuch. Der Weg der persönlichen Umfrage wird eben von den Frauen relativ wenig beschritten, wohl nicht so sehr aus Erkenntnis seiner Mängel, als aus anderen naheliegenden Gründen.

Im gesamten Material findet es sich, daß die einfacheren Berufe mehr Annoncen haben als die distinguierteren; auch ist dieses Verhältnis leicht zu begreifen; in Gruppe 23 spricht es sich aber besonders deutlich aus. Diese Gruppe gibt also von der Tatsache ein klareres Durchschnittsbild als beispielsweise die Gruppe 19, Handelsgewerbe. Warum? Im Handelsgewerbe entspricht die Berufsbezeichnung nicht durchweg einer bestimmten sozialen Lage. Zwar Auslaufer und Packer ordnen sich sozial von selber ein; aber Reisende, Vertreter, Filialleiter und Leiterinnen, z. T. auch Verkäufer sind unbestimmte Elemente, deren Einkommen in weiten Grenzen schwankt gleich ihren Fähigkeiten und Leistungen. Wir können also, wo wir von Verkäufern 3932, von Reisenden 5447 Stellengesuche finden, nicht sagen: Die einfacheren Berufe rücken mehr Arbeitsgesuche ein als die schwierigeren oder umgekehrt. Wohl aber können wir in Gruppe 23 das Vorwiegen der niederen Berufe betonen, wenn wir von Arbeitsgesuchen vorfinden:

von Alleinmädchen und Dienstmädchen	7767	Stück
„ Haushälterinnen	1867	„

Auch Arbeitsangebote ergehen natürlich mehr an die niederen als an die höheren Berufe, und auch das zeigt sich in Gruppe 23 besonders klar:

Alleinmädchen und Dienstmädchen	20 225	Stück
Haushälterinnen	1 146	„

Daß die Gruppe 23 stärker als jede andere Gruppe an den durch Vermittlung aufgegebenen Annoncen Teil hat, erwähnen wir an späterer Stelle und verweisen zur Beobachtung dieses Punktes auf unsere Tabelle 26 auf Seite 91. Sie nähert sich in dieser Beziehung ebenso sehr der vielerwähnten Gruppe 19 (Handelsgewerbe), als sie in anderen Punkten von ihr abweicht.

So z. B. zeigt sie, anders als Gruppe 19, ein auffallend gleichmäßiges, d. h. in ihren sämtlichen Einzelberufen gleichmäßig wiederkehrendes Steigen und Fallen in den Annoncenzahlen. Im Januar beginnt das Steigen; es hebt sich mit wenig Stillstand und fast gar keinem Rückgang bis zum höchsten Punkte im September, von da gehts merkbar abwärts bis November, im Dezember fällt es jäh auf den niedrigsten Punkt. Dieser letzte Absturz ist interessant. Er findet sich zwar in allen Gewerben, nicht zum wenigsten auch im Handelsgewerbe. Denn für das Weihnachtsgeschäft hat man sich in den vorausgegangenen Monaten mit Arbeitskräften versehen; also sind auch die Bewerber ziemlich plaziert, derart, daß, wer Anfangs Dezember noch keine Arbeitsstelle gefunden, darf vom Weihnachtsgeschäft nicht mehr viel erwarten; ebenso ist es mit den andern Gewerben durchweg. Doch zeigt sich nirgends das Sinken der Annoncenzahlen im Dezember so stark, wie eben bei Gruppe 23. Die Privathaushalte, die als Arbeitgeber für die Hausbediensteten eine überragend große Rolle spielen, haben im Dezember viel größeren Anforderungen zu genügen als in anderen Monaten. Die Hausfrau muß gegen Weihnachten viel auswärts sein, während das Putzen und Scheuern in den Wohnungen nichtsdestoweniger verstärkten Eifers anhebt. Unter solchen Umständen ist eine zuverlässige Hilfe angenehm — man muß sie aber schon haben, und nicht erst im letzten Moment besorgen wollen. Man muß sie möglichst schon einige Wochen haben, um ihrer Zweckdienlichkeit sicher zu sein. Darum gehts denn im August, September los mit Umfragen und Annoncen; es setzt sich im Oktober, auch noch im November fort. Im Dezember aber hätte es kaum mehr Zweck — wenn man den Erfolg nicht überhaupt erst im Januar beabsichtigt, wie es denn tatsächlich in den Dezemberannoncen oft der Fall ist. — Es kommen ferner die Weihnachtsgeschenke in Betracht, die man den Hausbediensteten zu spenden pflegt. In der Aera der Fabrikmädchen ist der Dienstbotenmangel derart allgemein, daß die Weihnachtsgeschenke an das Hausgesinde demgemäß immer kostspieliger werden müssen. Dies bedenkend, verzichten die Hausfrauen darauf, im Dezember ein Mädchen zu engagieren, das dann, wenig erst erprobt, sogleich anständig beschenkt werden soll. Man sieht gern am Bescherungstage auf eine mehrmonatliche Tätigkeit des Dienstboten zurück, hat gern längere Zeit die Vorteile genossen, für die man am Bescherungstage seine Anerkennung durch Geschenke bezeugt.

Im September stehen die Angebote nicht niedrig, die Gesuche aber ganz hoch — reger Verkehr in Gruppe 23! Von Urlaub und

Sommerreise zurückkehrend, beginnt man sich wieder häuslich einzurichten, Neueinstellungen erfolgen mehr als zu anderer Zeit; es tritt der beliebte Michaeli-Ziehtermin für das Gesinde ein.

Wir haben im Vorhergehenden das Schwanken der Annoncenzahlen in dieser Gruppe beschrieben. Es zeigt eine charakteristische Kurve, die wir, wenigstens insoweit es die Gesuche betrifft, nicht in dieser Ausgesprochenheit bei anderen Gruppen finden. Z. B. nicht in Gruppe 14 (Bekleidung und Reinigung) und Gruppe 22 (Beherbergung und Erquickung). Diese beiden Gruppen umspannen eine Menge von Tätigkeitsformen, die, so verschieden sie unter sich sein mögen, doch das eine gemein haben, daß sie durchweg an stetige, im Wechsel der Zeit nicht sehr wandelbare Bedürfnisse anknüpfen — soweit eben die im Annoncenmaterial, speziell in den Gesuchen stark auftretenden Gewerbe in Frage kommen: In diesen Gewerben spielt z. B. der Saisonwechsel, der Einfluß der sommerlichen Privatreisen, die Gewohnheit bestimmter Ziehtermine ꝛc. eine nicht sehr bedeutende Rolle; die einzige bedeutende Ausnahme, die dabei stattfindet, nämlich das vom Saisonwechsel stark berührte Kellnergewerbe, befindet sich so sehr, ja fast vollständig unter dem Einfluß der privaten Vermittlungsinstitute, daß sein Auftreten im Annoncenmaterial erstaunlich gering ist und die Ausnahme von der Regel mithin nicht viel macht, dagegen Frisieren, Bügeln, Ausbessern von Kleidern und Wäsche, das sind solche auf ein laufendes Bedürfnis zugeschnittene Tätigkeiten, ebenso wie Hausreinigung und ein großer Teil der Hotel- und Restaurationsbedienung. Für derartige Tätigkeiten steigt und fällt das öffentliche Bedürfnis nicht besonders rapid.

Noch viel weniger scheint das nach unserem Material im Handelsgewerbe der Fall zu sein, das eine geradezu merkwürdig konstante Haltung zeigt. Man sollte meinen, eben hier ginge der Wellenschlag, den Saisonwechsel und andere Konjunkturänderungen hervorbringen, stürmisch und sprunghaft daher, besonders in einer Stadt wie Frankfurt a. M., die als Handelsstadt wohlbegründeten Ruf genießt. Daß diese natürliche Erwartung enttäuscht wird, haben wir ganz und gar der Frankfurter Zeitung zuzuschreiben, sie verschiebt das Bild des lokalen Arbeitsmarkts auf diesem Gebiet sehr beträchtlich — denn sie ist eben kein spezifisch lokales Blatt. Sehen wir die Schwankungen in den sämtlichen das Handelsgewerbe betreffenden Annoncen (Gesuchen und Angeboten) der Frankfurter Zeitung neben denen des Generalanzeigers, so tritt der Unterschied in den Schwankungskurven augenblicklich hervor (Diagramm 12).

Es seien dazu die Schwankungen im Prozent zum Durchschnitt angegeben (wie Seite 50).

(Texttabelle 19.)

Generalanzeiger, Durchschnittszahl und mittlere Schwankung: 2090 $\underline{\underline{12,8}}$ Max. 31,5, Min. 42,7.

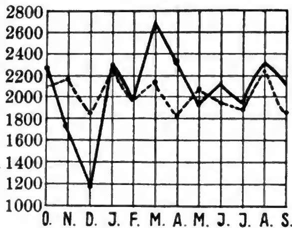
Frankfurter Zeitung, Durchschnittszahl und mittlere Schwankung: 2023 $\underline{\underline{6,6}}$ Max. 10,2, Min. 10,4.

Wenn wir diese Schwankungsverhältnisse, diese Maxima und Minima neben den tabellarischen Zusammenstellungen gleicher Art auf Seite 53 und 55 betrachten, so werden wir notwendig zu dem Schluß gelangen, daß zwar im allgemeinen die Schwankung im Handelsgewerbe sich in engeren Grenzen hält als in der Gesamtheit des Materials — aber mit dem großen Unterschied, der durch den lokalen

(Diagramm 12.)

Frankfurter Ztg. -------- und Generalanzeiger ————

Schwankungen ihrer Annoncenzahlen (Angebote und Gesuche) im Handelsgewerbe.



oder nicht lokalen Charakter der betreffenden Zeitungen gegeben ist. Auch in dem durchaus lokalen Intelligenzblatt finden wir das, allerdings mit recht kleinen Positivzahlen bestätigt, wie ein Blick auf die entsprechenden Anhangstabellen lehrt. Die Schwankungen der Annoncenzahlen sind umso kräftiger ausgeprägt, je mehr sich das entsprechende Material auf den rein lokalen Arbeitsmarkt bezieht. Sie sind um so geringer, je weiter der räumliche Kreis ihres Wirkens ist. Das bedarf kaum einer Erläuterung, denn die Schwankungen in Angebot und Nachfrage, die im engeren Raum eines einzelnen Orts notwendig

stattfinden müssen, werden im weiteren Gebiete schon deshalb schwächer sein, weil das weitere Gebiet eine reichere Variabilität von Arbeitsmöglichkeiten eröffnet als das engere, wodurch ein gewisser Ausgleich in Angebot und Nachfrage eintreten muß. Dies tritt besonders hervor bei relativ gleicher Menge des Gesamtstoffes, wie man aus unserer Nebeneinanderstellung vom Handelsgewerbe in der Frankfurter Zeitung und im Generalanzeiger deutlich sieht. Die Gesamtzahlen der Annoncen (24 280 neben 25 091) weichen nur unbedeutend von einander ab, die Schwankungen dagegen sehr bedeutend.

Auch hierin spiegelt also das Annoncenmaterial der Presse die Charaktere der verschiedenen Zeitungen wieder. Die Frankfurter Zeitung ist nicht eigentlich charakteristisch für die Wiedergabe des spezifisch lokalen Arbeitsmarkts — ihr Wirkungsgebiet erstreckt sich allzuweit über das Lokale hinaus! Da sich außerdem ihre Wirkungen in Bezug auf das stoffliche Moment vorwiegend auf Handelsverhältnisse beschränken, so ist hiermit wiederum ein Hauptgrund für die geographische Erweiterung ihres Wirkungskreises gegeben, denn erstens kann der einzelne, lokal beschränkte Platz ja selten den genügenden Nährboden abgeben für die im engeren Stoffgebiet verbleibende Arbeitsvermittlung; zweitens ist es gerade das Handelsgewerbe, das nach seiner modernen Ausprägung mehr als jedes andere Gewerbe in der Menge seiner ausübenden Kräfte eine fluktuierende Tendenz voraussetzt. Mindestens kann man das sagen soweit der Arbeitsmarkt in der Presse einen Überblick in dieser Richtung gestattet.

Bedauerlicherweise war es nicht mehr möglich, diesen Überblick und die charakteristische Fluktuation, von der wir reden, in umfänglicher Weise aus unserem Material zu entwickeln. Genug, daß die Zahl der von auswärts eingelaufenen Annoncen in keinem Gewerbe so groß ist wie im Handelsgewerbe, und innerhalb desselben in keiner Zeitung nur halb so groß als in der Frankfurter Zeitung. Diese Überzahl der auswärtigen Annoncen in der Frankfurter Zeitung ist, fassen wir es nochmals zusammen, durch zwei Faktoren gegeben: erstens durch das weite Gebiet der Ausbreitung dieses Blattes, zweitens durch seinen ziemlich ausgesprochenen Fachcharakter als Handelsblatt. Von eben denselben Faktoren schreibt sich die auffällig geringe Schwankung der das Handelsgewerbe betreffenden Zahlen unseres gesamten Annoncenmaterials her. Denn diese Zahlen stammen eben zum sehr großen Teil aus der Frankfurter Zeitung. Insoweit sie einflußgebend aus anderen Zeitungen, vorzüglich aus dem Generalanzeiger herkommen und demgemäß von jenen beiden

Faktoren wenig berührt sind, zeigen sie grundsätzlich andere Erscheinungen, vor allem viel bedeutendere Schwankungen; es handelt sich da eben, ganz im Gegensatz zur Frankfurter Zeitung, um ein Blatt von räumlich beschränkter, stofflich dagegen sehr ausgebreiteter, extensiver Tendenz.

Dessenungeachtet kommt auch im Generalanzeiger noch das auswärtige Moment deutlich zur Erscheinung; wir finden, um nur ein Beispiel anzuführen, unter 2201 Arbeitsangeboten an Reisende, Vertreter und Agenten nicht weniger als 886 von auswärts = 40,25 %. Sie kosten 2592 Mk. unter 5095 Mk., also 50,87 %. — Wo weibliche Arbeitskräfte in Frage kommen, da spielen die Annoncen von auswärts eine weitaus geringere Rolle, selbstverständlich; denn das Weib, auch das selbständige, wechselt im allgemeinen lange nicht so unbedenklich den Wohnsitz um einer Arbeitsstelle willen wie es der Mann tut — es ist lokal gebundener. So finden wir im Generalanzeiger unter 134 Arbeitsangeboten an Filialleiterinnen und Kontoristinnen nur 28 von auswärts = 20,9 %. Noch an diesem kleinen Beispiel sehen wir übrigens sogar unter ganz ungünstigen Umständen — (da es sich ja um weibliche, also weniger fluktuierende Arbeitskräfte handelt), wie trotzdem in den höheren, verantwortungsvolleren Posten die Fluktuation immer noch stärker ist als in den geringeren Arbeitsstellen. Das setzt sich in entsprechendem Verhältnis nach oben sowie nach unten fort. Die relativ meisten auswärtigen Annoncen kommen bei geschäftlichen Leitern großer Betriebe vor, die wenigsten bei Packern und Ausläufern. Andererseits fallen die Annoncen für die oberen Schichten vorwiegend auf die Frankfurter Zeitung, für die mittleren und niederen vorwiegend auf Generalanzeiger, Intelligenzblatt u. s. w. — woraus sich von selbst ergiebt, daß die Frankfurter Zeitung stärker als jede andere mit Annoncen von auswärts versehen sein muß. Dies trifft im übrigen aus denselben Gründen auf den Allgemeinen Anzeiger für Druckereien zu — aber es handelt sich dort soweit das Handelsgewerbe in Betracht kommt, um nicht eben große Zahlen, daher wir diesen Punkt nicht weiter verfolgen.

Wenn wir trotz alledem drauf ausgehen, speziell dem Bilde des lokalen Arbeitsmarkts näher zu kommen, so würden wir in Ansehung des Handelsgewerbes gut tun, die Frankfurter Zeitung ganz auszuschalten?! Diese Operation hätte jedoch nur Zweck, wenn man mit ihrer Hilfe tatsächlich typische Verhältnisse in der lokalen Arbeitsvermittlung aufdecken könnte. Das ist aber ein eitles Bestreben — zumal im Handelsgewerbe, das seiner ganzen Art nach so sehr auf stark

fluktuierende Momente sich aufbaut und das, in lokaler Begrenztheit gesehen, kaum Aufschlüsse von irgendwelchem Wert ergeben würde. Ganz besonders nicht in Frankfurt a. M. — einer Stadt, die in Bezug auf Handelsverhältnisse nichts weniger als typisch ist; sondern von der man ohne Übertreibung sagen kann, daß das Handelsgewerbe in ihr eine ganz ungewöhnlich überwiegende Rolle spielt. Stellenwechsel in diesem Gewerbe, Bedürfnis nach Kräften, Zuzug von außen und Abzug nach außen vollziehen sich hier ohne Zweifel leichter, behender als in anderen Städten von gleicher Größe. So sind auch, von der Frankfurter Zeitung ganz abgesehen, die sonstigen das Handelsgewerbe betreffenden Zahlen aus Generalanzeiger u. s. w. spezifisch Frankfurterische Zahlen, mehr als die Zahlen aus anderen Gewerben. Man darf sie zu allgemeineren Schlüssen nur mit Vorsicht gebrauchen. Das gilt u. E. besonders von dem Verhältnis der auswärtigen Annoncen zu denen aus dem städtischen Bezirk.

Die Beteiligung von auswärts, so lebhaft im Handelsgewerbe auftretend, ist bei den anderen Berufsgruppen weniger merkbar. Zum Teil allerdings schon deshalb, weil sie lange nicht immer feststellbar ist. Dienstmädchen, Kellner, Hausburschen und Kutscher, die von außen zuziehen, erlassen ihre Annoncen erst, nachdem sie am Platze angelangt sind; sie sind aus der Form der Annonce nicht als Auswärtige zu erkennen. Mit den produzierenden Kleinarbeitern aus Gruppe 14 u. s. w., den Friseuren, Modistinnen, Schneidern und Schneiderinnen ist es so bestellt, daß die immerhin nicht unbeträchtlichen Schwankungen in Angebot und Nachfrage keinen stärkeren Zuzug von außen zu bewirken scheinen. Der Bedarf wird i. G. vom Ort und aus der allernächsten Umgegend bestritten; die Schwankungen aber in diesen Gewerben sind so, daß bei den Friseuren kleine, bei Modistinnen ziemlich beträchtliche bei Schneidern und Schneiderinnen dagegen sehr starke Schwankungen vorhanden sind. Durchweg finden wir auch in diesen Gewerben, wie fast überall, den tiefsten Stand im Dezember, außerdem bei den Modistinnen ein starkes Sinken gegen Mai-Juni, desgleichen bei den Friseuren, aber letzteres nur in Bezug auf die Gesuche. Ebenso ist fast durchweg im Januar der Höhepunkt vorhanden, der sich nur bei den Schneidern und Schneiderinnen auf April-März verschiebt. Ein weiterer Höhepunkt fällt gewöhnlich auf September-Oktober, doch kommt mitunter in den Angeboten, wie z. B. bei den Modistinnen, dieser Höhepunkt schon auf August zu liegen.

Es würde gewiß auch hier nicht ganz ohne Interesse sein, die Einzelmomente der Bewegungen auf ihre Ursachen hin zu betrachten,

und etwa gelegentlich die Abweichungen, die sich in den verschiedenen Zeitungen ergeben, näher in Augenschein zu nehmen. Auch sind über diese Verhältnisse schon Andeutungen an anderer Stelle gemacht worden. Ein näheres Eingehen auf diese Gewerbe hat jedoch große Schwierigkeiten, die teils in der eintönigen Abfassung gerade der hier in Betracht kommenden Annoncen, in dem Mangel an deutlich erkennbarer Spezialisierung der verschiedenen Tätigkeitsformen, teils auch, und zwar hauptsächlich, darin liegen, daß es fast unmöglich ist, durch Erkundigungen selbst bei den praktisch Nächstbeteiligten etwas Zuverlässiges über die Herkunft der Schwankungen zu erfahren. Seltsamerweise waren solche Nachfragen in den weitaus meisten Fällen erfolglos. Zwar wissen die Leute im allgemeinen, in welchen Monaten bei ihren Erwerbstätigkeiten „der Weizen blüht", aber die Zusammenhänge, die hinter diesen platten Erfahrungstatsachen liegen, ließen sich in den Kreisen der Beteiligten fast nie erörtern.

Sattler, Tapezierer, Portefeuiller finden wir in 1499 Angeboten, 100 Gesuchen behandelt, auch hier niedrigster Stand im Dezember, höchster im März, von wo aus erst ruhiger, dann mit Juni sehr beschleunigter Abfall gegen September und mäßige Hebung im Oktober stattfindet. Der Angebotsschwankung folgen die Gesuche mit dem kleinen Unterschied, daß nicht im Juni, sondern im August der Abfall sich beschleunigt. Über 95 % aller Annoncen fallen auf den Generalanzeiger. — Das übrige fast ausschließlich auf das Intelligenzblatt. — Es handelt sich um lokalisierte Gewerbe!

Ähnlich verhält es sich mit den größeren Zahlen im Baugewerbe (5719 Angebote, 867 Gesuche): Niedrigster Stand im Dezember, höchster im März, der sich jedoch auch im April auf gleicher Höhe hält, dann gleichmäßig rascher Abfall bis September und Hebung wiederum zu Oktober. Der Januaraufstieg vom Dezembertiefstand aus ist mäßig, die Märzhebung dagegen ausnehmend stark charakterisiert nnd damit der Geschäftsaufschwung, den das Baugewerbe im Frühling erlebt, sehr gut betont. Die Bewegungen drücken sich, wie überall so auch hier, weit stärker in den Angeboten als in den Gesuchen aus, wie Diagramm 11e und e′ und deutlicher noch die auf mehrerwähnte Art ermittelten Zahlen ausdrücken:

Angebote: Durchschnitt und mittlere Schwankung:

476 ± 30,6 Max. 66,6, Min. 55,0

Gesuche: Durchschnitt und mittlere Schwankung:

72 ± 9,9 Max. 26,4, Min. 44,4.

Etwas über 91 % aller Annoncen fällt hier auf den Generalanzeiger; relativ stark ist dann die Kleine Presse mit mehr als 5 % beteiligt, schwächer die Volksstimme und das Intelligenzblatt, am schwächsten die Frankfurter Zeitung mit 46 Annoncen, welche sich aber, charakteristisch für die Zeitung, fast gleichmäßig aus Angeboten und Gesuchen zusammensetzen; während die Gesuche zu den Angeboten stehen

im Generalanzeiger wie 1 : 6,8
„ Intelligenzblatt „ 1 : 1,9

und in der Volksstimme gar keine Gesuche neben 69 Angeboten sind.

Annoncen durch Vermittlung treten in der ganzen Menge nicht mehr als 24 auf.

Unter Architekten, Bautechnikern, Bauunternehmern ꝛc. finden wir, im Gegensatz zu den niederen Bauarbeitern, ein charakteristisches Überwiegen der Gesuche (704) über die Angebote (570). Aus zwei Gründen: Erstens fällt die Umfrage weg, zweitens im Ganzen auch die lokale Gebundenheit. So ist in Bezug auf den letzteren Punkt eine hervorragende Beteiligung der Frankfurter Zeitung bemerkenswert, die 37,13 % aller in Betracht kommenden Annoncen enthält, während die niederen Schichten des Baugewerbes bei ihr gar nicht auftauchen. Im übrigen sind, was die Schwankungen betrifft, hier die gleichen Charakteristika zu beobachten wie oben.

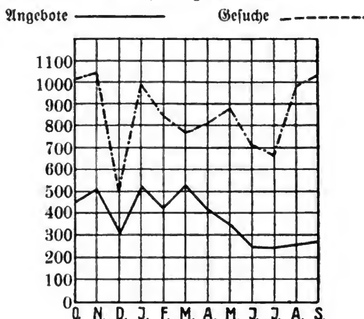
Die schwach vertretene Gruppe des Bäcker- und Konditorgewerbes (415 Angebote, 140 Gesuche) beschränkt sich ganz auf den Generalanzeiger und bietet in Bezug auf die Schwankungen ein gewisses Interesse nur insofern, als hier ganz ausgesprochenerweise, sowohl in Gesuchen wie Angeboten, das Minimum auf die Sommermitte, in den Juli fällt, während der Dezember — das läßt sich denken — nicht gerade sehr viel mehr als die Monate August bis November hinter dem Monat des Maximum, dem März, zurücksteht. Wenigstens in den Angeboten nicht; eher schon in den Gesuchen, wo die Sache aber wegen der sehr geringen Positivzahlen wenig besagt; im übrigen ist allerdings die Parallelität der Kurven von Gesuchen und Angeboten gerade hier recht ausgeprägt. Die Privatvermittlung kommt nur ganz wenig in Betracht.

Das Buchdruckergewerbe, dessen Kurven in Diagramm 13 dargestellt sind, gab uns bereits zu einigen Betrachtungen Anlaß. Da sein Material fast ausschließlich vom Allgemeinen Anzeiger für Druckereien herkommt, so darf uns das bedeutende Überwiegen der Gesuche nicht Wunder nehmen. Wie sehr das Moment der räumlichen Extensität

an dieser Erscheinung Anteil hat, sehen wir daran, daß die wenigen Annoncen aus Generalanzeiger, Intelligenzblatt, Kleine Presse, kurz aus den eigentlich lokalen Zeitungen die Angebote durchaus in der Mehrzahl zeigen; 545 Angebote, 56 Gesuche! Wir können indessen über diese Gewerbe hinweggehen, da sich, was weiter davon zu sagen war, in andern Kapiteln findet.

(*Diagramm* 13.)

Buchdruckgewerbe.



Besondere Aufmerksamkeit dürfen im Arbeitsmarkt der Presse die an Zahl nicht ganz wenigen Annoncen beanspruchen, welche sich um *Unterrichterteilung* von seiten einzelner Personen handeln (Diagramm 14). Das auf diesem Gebiet vorhandene Material zeichnet sich gleich dem Material über Drucker und Setzer durch ein starkes *Übergewicht der Gesuche* aus.

Bei den Druckern und Setzern — wir sagten es schon — wird dieses Übergewicht der Gesuche einzig durch den „Allgemeinen Anzeiger für Druckereien“ veranlaßt, d. h. durch ein Moment räumlicher Extensität, welches nach der mehrerwähnten Erfahrung immer im Bilde des Arbeitsmarkts (nicht bloß in der Presse) die Gesuche stärker hervortreten läßt als die Angebote von Arbeit. Übt gerade dieses Moment auch auf dem Gebiet der *Unterrichterteilung* seinen Einfluß aus? Ja, gewiß. Denn wir können ohne weiteres bei Erziehern, Gouvernanten, Hauslehrern, Sprachlehrern 2c. ein ziemlich starkes Maß von Beweglichkeit voraussetzen, die den Gegensatz zu lokaler Gebundenheit

der Arbeit darstellt. Außer im Handelsgewerbe und etwa noch unter Fabrikleitern und Direktoren findet man vielleicht in keinem andern Gewerbe so verhältnismäßig viel Personen, die ihre Arbeit in entfernte Gegenden und sogar ins Ausland tragen, als eben im Privat-Lehr- und Erziehungsfach. Es stimmt damit überein, daß wir eine relativ große Zahl von Annoncen, die dieses Fach betreffen, gerade in der Frankfurter Zeitung finden (die unter den in Betracht kommenden Zeitungen — der Allgemeine Anzeiger für Druckereien scheidet aus — die weiteste geographische Sphäre hat). Wenn man von einigen Zweigen im Handelsgewerbe absieht, so hat die Frankfurter Zeitung in keinem andern Gewerbe annähernd soviel Annoncen wie unter „Erziehung und Unterricht".

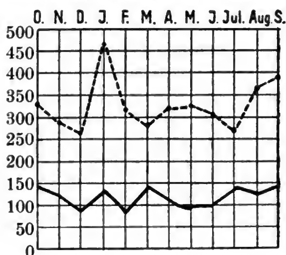
Aber doch schrumpft diese relativ große Zahl (893) zusammen neben der weit gewaltigeren Zahl (4512), die sich aus den lokal beschränkteren Zeitungen, Generalanzeiger, Intelligenzblatt, Kleine Presse ergibt. Demnach ist es lange nicht die räumliche Extensität allein, welche das Übergewicht der Gesuche bedingt; es treten andere Momente hinzu. Vor allem ist da die relativ starke Beteiligung der Frauen zu erwähnen (2734 Annoncen über männliche, 2671 über weibliche Personen). Wie wir schon bei den Hausbediensteten sagten, benutzen Frauen bei der Arbeitsuche das Zeitungsinserat stärker als Männer. So finden wir auch hier, daß bei den Annoncen über männliche Personen das Angebot zum Gesuch wie 1 : 2,17, bei Frauen wie 1 : 3,57 steht, — und zwar ist dieser sehr bedeutende Unterschied hier um so auffälliger, da zu seiner Erklärung im Lehr- und Erziehungsfach durchaus nicht ein merkbarer Einfluß der Umfrage von seiten männlicher Personen angeführt werden kann (wie z. B. bei den Hausbediensteten). Eher noch bringt ein Blick auf die Privatvermittlung Licht in die Sache, denn wir finden hier in den Zahlen (80 Angebote, 30 Gesuche durch Vermittlung, durchweg weibliche Personen betreffend) ganz deutlich die Tatsache ausgesprochen, daß die Privatvermittlung in diesem speziellen Fach, soweit sie überhaupt in Frage kommt, weit stärker von Arbeitgebern als von Arbeitsuchern in Anspruch genommen wird; woraus sich die Folge von selbst ergibt, daß, da hiernach die Arbeitsucher die Tätigkeit der Vermittler offenbar ungern benutzen, sie um so mehr auf das Zeitungsinserat verwiesen sind — eine Erscheinung, die naturgemäß in den Zahlen der Inserate sich in dem Maße lebhafter ausdrücken muß, wie die vermittelnde Tätigkeit von der andern Seite her, von den Arbeitgebern angerufen wird: das letztere aber findet — nach der Beweiskraft unserer Zahlen — nur

in Bezug auf das weibliche Element, da aber verhältnismäßig lebhaft statt.

Abgesehen von der vermittelnden Tätigkeit existieren gewiß auch sonst noch Gründe, warum das weibliche Element seine Arbeitskraft nachdrücklicher durch die Tagespresse anbietet als das männliche. Die bei Männern sonst viel stärker als bei Frauen in Betracht kommende Umfrage ist, wie gesagt, gerade im Lehr- und Erziehungsfach nicht wohl anzuführen. — Vielleicht bildet aber jener Umstand eine besondere und interessante Illustration zu dem sozialen Vorgang der modernen Frauenbewegung — insofern nämlich, als er ein stärkeres Hinzudrängen zur Arbeit gerade von seiten der weiblichen Gruppe zeigt, in Gewerben, wo diese weibliche Arbeit anbietende Gruppe immer noch nicht einen durch Tradition genügend befestigten, klaren Stand gewonnen hat — gegenüber der Konkurrenz der Männer.

(Diagramm 14.)

Kurven der Angebote ———— und Gesuche -------- im Unterrichtsgewerbe (Lehrer, Erzieher, Gouvernanten, Kindergärtnerinnen).



Zurückkommend auf das Übergewicht der Gesuche, erwähnen wir nunmehr das wichtigste Moment, um diese Erscheinung zu deuten, das Ausscheiden der Umfrage! Im Kapitel „Schwankungen“ ist die Ausübung der Umfrage als ein Hauptgrund für die Vorherrschaft der Angebote im lokalen Arbeitsmarkt behandelt worden; hier nun finden wir eine Bestätigung dieser Ansicht auf Grund der umgekehrten Voraussetzung: Die Umfrage beschränkt sich im Lehr- und Erziehungsfach aus den naheliegendsten Gründen auf ein völlig unbedeutendes Minimum; — die Folge ist, daß die Gesuche stark die Oberhand gewinnen.

Der Satz findet Anwendung auch für die Arbeitsmarktverhältnisse im weitesten Sinne z. B.: Im lokalen Arbeitsmarkt, wo die Umfrage stark mitspricht, müssen die Arbeitsangebote eine größere Rolle spielen als im weiteren Arbeitsmarkt, wo die Umfrage zu keiner Bedeutung gelangen kann.

Um die Bewegungen des zur Zeit erörterten Stoffes darzustellen, fügen wir dem Diagramm 14 nach früheren Mustern die Schwankungen sowie die Maxima und Minima in Prozenten der Durchschnitte bei:

(Texttabelle 20.)

1445 Angebote: Durchschnitt und mittlere Schwankung:
$120^{18,9}$ Max. 19,2, Min. 25,8
3960 Gesuche: Durchschnitt und mittlere Schwankung:
$330^{16,4}$ Max. 40,0, Min. 36,7

2734 Annoncen für männliche Personen:
Durchschnitt und mittlere Schwankung: $227^{13,9}$ Max. 38,3, Min. 21,1
2671 Annoncen für weibliche Personen:
Durchschnitt und mittlere Schwankung: $222^{17,9}$ Max. 38,3, Min. 45,5.

Wir sehen auch hier noch im Angebot, trotz seiner geringen Positivzahlen, eine stärkere Gesamtschwenkung als im Gesuch, wenn das letztere auch mit größerem Maximum und Minimum auftritt. Ebenso bemerken mir, wie überall, ein stärkeres Schwanken in den das weibliche Element betreffenden Annoncen. Das stark ausgeprägte Maximum der Gesuche fällt in den Januar. Neben dem Dezembertiefstand, der den Gesuchen und Angeboten gemeinsam ist, zeigen die Gesuche noch eine markante Senkung im Juli bei gleichzeitiger Steigung der Angebote. Es finden sich auch sonst bei beiden Kurven einige Abweichungen vom gewöhnlichen Kurvenverlauf, denen aber, abgesehen vom Januarmaximum der Gesuche, schwerlich prinzipielle Bedeutung beizumessen ist, da notwendigerweise eine gewisse Irregularität eintreten muß bei einer Erwerbsgruppe, die im Ganzen von erkennbaren Konjunkturänderungen wenig berührt wird.

Die Annoncen sind auf die Zeitungen so verteilt, daß

(Texttabelle 21.)

der Generalanzeiger	59,95 %
die Frankfurter Zeitung	16,52 %
das Intelligenzblatt	21,87 %
die Kleine Presse	1,75 %

der Gesamtmasse enthält; sie durchdringen, dies ist bemerkenswert, das ganze Material in ausgesprochenerer Weise als die Annoncen irgend einer andern Erwerbsgruppe, wenn man von den Hausbediensteten absehen will.

Es werden noch einige Bemerkungen über Krankenpfleger, Krankenwärter und -wärterinnen am Platze sein. Diese Erwerbsgruppe, lokal ziemlich stark gebunden, läßt durch ihre Annoncen erkennen, daß in mehr als einer Beziehung ihre Arbeitsverhältnisse von denen der meisten andern Gewerbe sich unterscheiden. Vor allem sind da natürlich keine ausgesprochenen Konjunkturänderungen vorhanden, wie bei anderen Gewerben. So finden wir, abgesehen etwa vom Dezemberminimum, das auch hier, wenigstens in der Gesamtmasse nicht fehlt, die allenthalben bemerkbaren Schwankungsmotive nicht vor. Die Kurve der Schwankungen ist unruhig und sprunghaft, doch deutlich erkennt man das Maximum im Juni, ob man das Material nun so oder so zerteilt. Von da aus ist im Ganzen eine ruhige Abwärtsbewegung bis September, ein leichter Aufschwung im Oktober, dann wiederum Sinken bis inklusive Dezember zu verzeichnen; das Halbjahr von Januar bis Juni zeigt ein durchaus unruhiges Bild. Nun ist hier, ganz wie im Erziehungs- und Unterrichtsfach, das Überwiegen der Gesuche charakteristisch (739 Angebote, 853 Gesuche); ohne Zweifel erklärt es sich aus denselben Gründen wie dort: Vorherrschaft des weiblichen Elements, Ausscheiden der Umfrage — und zwar fällt der erste dieser Gründe hier noch viel stärker ins Gewicht wie dort — 560 Annoncen betreffen männliche, 1032 weibliche Personen — unter den ersteren steht das Angebot zum Gesuch wie 1 : 0,88, unter letzteren wie 1 : 1,33. Da wir hier wieder auf das stärkere Herandrängen der weiblichen Arbeitskräfte stoßen, wollen wir die Gelegenheit nicht versäumen, das Verhältnis mal von der umgekehrten Seite zu betrachten, indem wir aus dem relativen Übergewicht der Angebote im männlichen Kreis, — abgesehen von den sonstigen Erklärungen, die dafür zu Gebote stehen (Einfluß der Umfrage u. s. w., die bei Krankenwärtern wenig, bei Lehrern, Erziehern u. s. w. gar nicht in Betracht kommen) — ganz einfach die naheliegende Schlußfolgerung ziehen, daß in der Tat die männlichen Arbeitskräfte ein begehrterer Artikel sind als die weiblichen. Der begehrtere Artikel wird in geringerem Maße nötig haben, sich anzubieten, als der weniger begehrte; er wird andererseits größere Nachfrage erfahren als dieser.

Die Schwankungen vollziehen sich im übrigen auch hier wieder im Angebot stärker als im Gesuch, trotz der weit geringeren Zahl der

Angebote — es ist das gleiche wie beim Lehr- und Erziehungsfach, das gleiche übrigens wie bei fast allen andern Gewerben auch. Aber eine Abweichung finden wir in Bezug auf das geschlechtliche Moment: Das Material über weibliche Arbeitskräfte zeigt sich hier weniger schwankend als das Material über männliche Personen.

Wir setzen der Vollständigkeit wegen die Zahlen dieser Gruppe hierher:

(Texttabelle 22.)

Angebote			Gesuche			Angebote u. Gesuche			
männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	männl.	weibl.	zus.	
30	25	55	20	46	66	50	71	121	Oktober 1900
17	18	35	13	57	70	30	75	105	November
11	19	30	9	23	32	20	42	62	Dezember
16	40	56	16	41	57	32	81	113	Januar 1901
20	32	52	27	64	91	47	96	143	Februar
30	25	55	27	53	80	57	78	135	März
45	51	96	26	36	62	71	87	158	April
17	45	62	18	45	63	35	90	125	Mai
45	43	88	31	77	108	76	120	196	Juni
34	62	96	30	43	73	64	105	169	Juli
23	52	75	21	49	70	44	101	145	August
9	4	39	25	56	81	34	86	120	September
297	442	789	263	590	853	560	1032	1592	

Da man heute der Lehrlingsfrage ein lebhaftes Interesse allgemein zuwendet, so wird es interessant sein, zu erfahren, inwiefern das Eintreten von Lehrlingen in die Arbeitsstellen auch zu unserer Zeit noch auf dem Wege des Zeitungsinserats angebahnt wird, trotz der Bemühungen gemeinnütziger Einrichtungen.

Wir haben daher die Kategorie der Lehrlinge und Lehrmädchen aus dem Material besonders ausgezogen und die diesbezüglichen Zahlen in Tabelle H 1 und H 2 des Anhangs veröffentlicht.

Zusammenfassend teilen wir hier die Zahlen der vermittelten Annoncen mit: Es fanden sich von Oktober 1900 bis inklusive September 1901 in Frankfurter Zeitungen

(Texttabelle 23.)

Stellenangebote für				
Lehrlinge	3456	unter Gesamt-Kostenaufwand von	Mk.	6210,45
Lehrmädchen	1326	„ „ „	„	1274,90
Stellengesuche von				
Lehrlingen	461	unter Gesamt-Kostenaufwand von	Mk.	1535,15
Lehrmädchen	92	„ „ „	„	91,40

Dieses Kontingent an Annoncen, vor allem an Angeboten (denn die Gesuche bilden nicht viel mehr als den zehnten Teil des Ganzen) verhält sich zu den entsprechenden Zahlen in der Gesamtmasse so, daß die

Angebote an Lehrlinge von allen Arbeitsangeboten an männliche Personen 5,3 %

Angebote an Lehrmädchen von allen Arbeitsangeboten an weibliche Personen 2,2 %

darstellen.

Es handelt sich dabei zum weitaus größten Teil (95,8 % vom Ganzen, Angebote und Gesuche zusammen) um Lehrlinge und Lehrmädchen für das Handelsgewerbe; die andern 4,2 % betreffen Lehrlinge in verschiedenen Metallarbeitergewerben, Schlosser, Mechaniker ꝛc. Einige wenige andere Annoncen, die ganz vereinzelt in sonstigen Hantierungen auftauchten, z. B. ein Lehrmädchen zum Blumenbinden ꝛc. sind als vollkommene Ausnahmen weggelassen worden.

Die Hauptmasse, die wie gesagt im Handelsgewerbe erscheint, ist zum weitaus überwiegenden Teil dem Generalanzeiger zugefallen, mit 3064 Angeboten und 237 Gesuchen, wogegen die Frankfurter Zeitung nur 335 Angebote und 271 Gesuche hat und in den Angeboten sogar vom Intelligenzblatt mit 301 Stück fast erreicht wird.

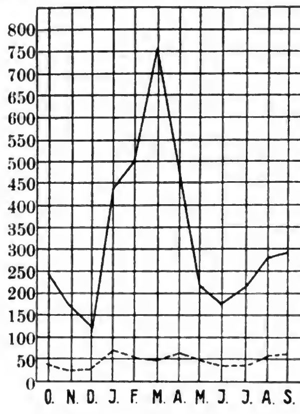
Die Vorherrschaft des Generalanzeigers bei der Lehrlings-Vermittlung gerade im Handelsgewerbe erscheint vielleicht auffallend deshalb, weil im übrigen, wo das Handelsgewerbe in Frage kommt, die Frankfurter Zeitung mindestens ebensosehr im Vordergrund stehen sollte. Aber wir müssen uns des lokalen Charakters beim Generalanzeiger und daneben der Tatsache erinnern, daß die meisten Lehrlinge gemeinhin in der Nähe ihres Elternhauses, also in verhältnismäßig lokaler Gebundenheit untergebracht zu werden pflegen, daher denn der Generalanzeiger, im Verein mit dem Intelligenzblatt, wegen ihrer engeren Lokalisiertheit tatsächlich als nächstliegende Vehikel in Frage kommen müssen.

Im übrigen jedoch, obwohl es sich um Lehrlinge und somit um verhältnismäßig lokal gebundene Arbeitskräfte handelt, verleugnet sich die im Handelsgewerbe sonst übliche Neigung zur Fluktuation selbst hier keineswegs. Wir finden unter den zusammen 4582 Annoncen über Lehrlinge und Lehrmädchen immerhin noch 424 Annoncen von auswärts, das sind 9,2 %.

(Diagramm 15.)

Lehrlinge (inkl. Apotheker-Lehrlinge) und Lehrmädchen in kaufmänn. Betrieben aus allen Zeitungen zusammen.

——— Angebote für Lehrlinge usw. ----- Gesuche von Lehrlingen.



Und es mag bei dieser Gelegenheit betont sein, daß in der Verteilung dieser auswärtigen Annoncen, sowie in verschiedenen andern Rücksichten, der kleine Kreis der Lehrlings-Annoncen auffallend scharf die Eigentümlichkeiten wiederspiegelt, die wir auch sonst in dem gesamten Stoff unserer Abhandlung, hauptsächlich im Handelsgewerbe, hervorzuheben Gelegenheit fanden. Der Hauptanteil der auswärtigen Annoncen fällt selbstverständlich auf die Frankfurter Zeitung. Das Intelligenzblatt, als die am meisten lokalisierte Zeitung, hat gar keine auswärtigen Annoncen. Der Generalanzeiger hat unter 3083 An-

geboten 192 auswärtige = 6,2 %, unter 237 Gesuchen 18 auswärtige = 7,6 %. Die Frankfurter Zeitung dagegen ist unter 335 Angeboten mit 119 auswärtigen = 35,5 %, unter 271 Gesuchen mit 95 auswärtigen, d. h. mit 34,4 % vertreten. — Ferner sehen wir auch hier in engem Rahmen die charakteristischen Unterschiede in der Zeilenzahl der Annoncen erscheinen, Unterschiede sowohl nach der Zeitung, als auch nach dem Charakter der Annoncen (ob Gesuche oder Angebote) und endlich nach der Herkunft (ob auswärts oder nicht). Ja dieser Unterschied der Zeilenzahlen zeigt sich sogar in den Annoncen, je nachdem sie männliche oder weibliche Personen betreffen.

Durchschnittszeilenzahlen der von Lehrlingen und Lehrmädchen handelnden Annoncen.
(Texttabelle 24.)

Generalanzeiger								Frankfurter Zeitung								Intelligenzblatt			
Annoncen von innerhalb der Stadt				Auswärtige Annoncen				Annoncen von innerhalb der Stadt				Auswärtige Annoncen				Annoncen von innerhalb der Stadt			
Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche		Angebote		Gesuche	
männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.	männl.	weibl.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
8,9	5,01	6,5	3,8	9,4	6,8	9,6	—	10,5	—	9,5	10,0	11,2	—	10,1	8,0	7,4	6,6	8,2	4,0

Also auch hier die allgemeinen Erfahrungen: Annoncen über weibliche Arbeitsstellen sind knapper abgefaßt als Annoncen über männliche Arbeitsstellen; Annoncen von innerhalb der Stadt knapper als auswärtige; Annoncen im Generalanzeiger, Intelligenzblatt 2c. knapper als Annoncen in der Frankfurter Zeitung.

Die kleine Ausnahme (siehe obige Tabelle unter 11 und 12) wo weibliche Annoncen mit 10,0, männliche dagegen nur mit 9,5 Zeilen pro Stück erscheinen, rührt daher, daß überhaupt nur eine weibliche Annonce unter dieser Rubrik vorhanden ist, neben 94 männlichen, daher denn die weibl. keinen eigentlichen Durchschnitt bildet. Im

übrigen aber ist die ganz auffallende Übereinstimmung mit allen sonstigen Ermittlungen sehr beachtenswert. Auch der geringe Anteil des weiblichen Moments an den auswärtigen Annoncen verdient Erwähnung: unter zusammen 424 auswärtigen Annoncen beziehen sich nur 40 auf weibliche Arbeitskräfte (9,4 %); die stärkere lokale Gebundenheit der weiblichen Arbeitsleistung wurde schon betont.

Die Ähnlichkeit dieses engeren Stoffes mit dem Gesamtstoff zeigt sich weiter in dem starken Zurücktreten der Gesuche gegen die Angebote (Verhältnis wie 1 : 7,05) und in der äußerst starken Beteiligung der Frankfurter Zeitung an den Gesuchen, im Verhältnis zu Generalanzeiger und Intelligenzblatt; das Verhältnis von Gesuch zu Angebot ist

(Texttabelle 25.)

in der Frankfurter Zeitung	1 : 1,24
in dem Generalanzeiger	1 : 13,01
in dem Intelligenzblatt	1 : 15,05

Die entsprechenden Verhältnisse im gesamten Material sind:

in der Frankfurter Zeitung	1 : 1,46
im Generalanzeiger	1 : 2,61
im Intelligenzblatt	1 : 0,76

Man kann sagen, dieser Stoff, der die Lehrlinge und Lehrmädchen im Handelsgewerbe betrifft, spiegelt die Verhältnisse des Gesamt-Materials in übertriebener Form wieder. — Das Handelsgewerbe ist in diesem Fall allein zur Vergleichung benutzt worden, rein der vereinfachten Darstellung zu Liebe, nicht aber weil es die betonte Ähnlichkeit der Prinzipien etwa stärker zum Vorschein brächte als der vereinigte Lehrlings- und Lehrmädchenstoff. Im Gegenteil!

Die übrigen Gewerbe sind freilich nur mit unbedeutenden Zahlen und auf lückenhafte Weise vertreten; aber ihre Hinzuziehung würde jene Charakteristika nicht abschwächen, vielmehr ein wenig verstärken; ein kurzer Blick auf die diesbezügliche Tabelle lehrt das sofort.

Nur einige Metallarbeiterbranchen nebst Spenglern und Installateuren kommen außer dem Handelsgewerbe mit Lehrlingsannoncen vor und auch da sind auswärtige Annoncen ganz dünn gesät, auch da zeigt sich ein kolossales Übergewicht der Angebote über die Gesuche (727 Angebote gegen 25 Gesuche), man kann hier zwar, soweit es sich um den letzten Punkt handelt, ein nicht unbeträchtliches Eingreifen der Privatvermittlung und der Umfrage annehmen, weit mehr jedenfalls als im Handelsgewerbe; dennoch ist, alle Lehrlings- und Lehrmädchen-

annoncen zusammengenommen, das Zurückbleiben der Gesuche gegen die Angebote dermaßen auffällig, daß man sich hier versucht fühlt, von einem natürlichen Mißverhältnis zwischen beiden zu sprechen: das Arbeitsangebot übersteigt die Nachfrage allzusehr. Die Arbeitgeber sind verhältnismäßig stark bestrebt, Lehrlingskräfte heranzuziehen; während von seiten der Lehrlinge (oder deren Vormünder) diesem Bestreben offenbar nicht sehr lebhaft entgegengekommen wird, wenigstens nicht im Zeitungsinserat. Die sonstigen Erklärungen für das Überwiegen der Angebote (siehe S. 31 ff.) scheinen dieser Unverhältnismäßigkeit gegenüber nicht auszureichen.

Man wird vielleicht ein gewisses Streben nach Lehrlingszüchterei in diesem Mißverhältnis erblicken dürfen; indes darf man nicht vergessen, daß die sich anbietenden Arbeitskräfte kein besonderes Vertrauen haben, das Zeitungsinserat als gutes Mittel zur Erlangung einer passenden Lehre anzusehen. Das Verbringen eines Lehrlings in eine wirklich passende Lehrstelle ist ja in der Tat ein ander Ding als das Aufsuchen einer Arbeitsstelle für einen gelernten Arbeiter. Im letzteren Fall hängt mehr Gegenwärtiges, im ersteren dagegen sehr viel Zukünftiges von einer glücklichen, vorsichtigen Wahl ab. Daher denn auch Eltern und Vormünder nach Kräften schon längere Zeit vor dem entscheidenden Termin, wo der Eintritt in die Lehre erfolgen soll, sich umtun und ihre Entschlüsse fassen werden, um zum Schluß nicht auf den eiligen, unzuverlässigen Weg des Annoncierens angewiesen zu sein. Auf diese Weise dürfte von den Lehrlingen, die in der Tat zur Verfügung stehen, fortlaufend ein großer Teil plaziert werden, ohne daß die Zeitungen davon irgend tangiert sind. Wer aber unter den Lehrlingen, gehindert durch weiß Gott welche Umstände, diesen natürlicheren, wohl wirklich empfehlenswerteren Weg zur Erlangung einer Lehrstelle nicht einschlagen konnte, der wird, wenn nicht einer der Vereine seine Angelegenheit an Stelle des Vormunds oder der Eltern betreibt, schließlich zur Zeitungsannonce greifen oder aber auf ein Zeitungsinserat reagieren müssen.

Wenn wir in den Lehrlingsinseraten der Frankfurter Zeitung ein relativ starkes Vorwiegen der Gesuche verzeichnen müssen, so widerspricht dieser Umstand den obigen Auseinandersetzungen nicht gerade; denn da in der Auswahl der teureren Zeitungen schon eine speziellere Sorgfalt und Vorsicht von seiten der Stellesuchenden sich äußert, woraus man doch entnehmen kann, daß bei der gewünschten Lehrstelle speziellere Qualitäten vorausgesetzt werden, so würde zunächst nur die Folgerung entstehen, daß bei solchen spezialisierten Wünschen allerdings

das Annoncieren (zumal in einem ziemlich fachmäßig bestimmten Journal) gewisse Vorzüge vor dem sonst empfohlenen Wege der rein persönlichen Erkundigung besitzt. Diese Annahme hat in der Tat nichts Befremdendes: Sicher kommt der einfache Familienvater, der seinen Sohn, sagen wir bei einem Kolonialwarenhändler in die Lehre geben will, viel eher in die Lage, durch eigene Beobachtung die Verhältnisse des Falles zu taxieren und eine entsprechende Stelle ausfindig zu machen, als wenn er die Unterbringung des Sohnes in ein Bankgeschäft oder Engroshaus beabsichtigt. Da wird dann das Aushilfsmittel der Zeitungsannonce in der Tat vorzuschlagen sein. Und weil solche Fälle relativ oft die Notwendigkeit ergeben, den Lehrling an einem andern Ort, nicht am Wohnsitz der Eltern unterzubringen, weil ferner die Fachvereine nur in beschränkter Weise ihre Tätigkeit darauf richten können, gerade Lehrlinge nach entfernteren Orten unterzubringen, abgesehen davon, daß z. B. an kleineren Orten, wo solche Fachvereine kein Lokal haben, ihre Inanspruchnahme ohnehin Umständlichkeiten macht; welche Zuflucht läge da näher als die Annonce in einem weit herumkommenden Journal!

Demnach deutet die relative Stärke der Gesuche in der Frankfurter Zeitung auf spezialisiertere Verhältnisse hin, welche die allgemeinen Bedingungen der Lehrlingsunterbringung nur nach einer bestimmten Richtung durchbrechen, ohne sie jedoch im Ganzen zu ändern.

D. Beteiligung der einzelnen Berufe an den durch Vermittlung aufgegebenen Annoncen.

1. Vermittler, Vermittlungsinstitute.

Bei einer Abhandlung, wie die unsrige ist, wird man in keinem Fall darauf verzichten können, aus den Materialteilen, die unter einen und denselben Gesichtspunkt fallen, Schlüsse zu ziehen, die für die Beurteilung des gesamten Materials Bedeutung haben. Dieses natürliche Bestreben stößt auf mancherlei Schwierigkeiten, von denen die größten durch das Moment der Stellenvermittlung verursacht sind, — ein Moment, das für die Beurteilung des Gesamtstoffes nicht als bedeutungslos gelten kann, obwohl es allerdings nicht gerade schwerwiegend klingt, wenn wir mitteilen, daß 6,851 % der von uns festgestellten Annoncen durch Vermittlungsinstitute in die Zeitung lanciert worden sind. Etwa 7 %, was will das sagen!

Aber diese 7 % enthalten nur eine Andeutung, nichts weiter, von jenen Kräften, die außer dem Zeitungsinserat die lokale Arbeitsvermittlung besorgen und deren Hineinragen in das Gebiet der Presse nur insofern stattfindet, als sie ohne dieses Hilfsinstitut nicht auskommen können. In der Tat ist die Presse der persönlichen Vermittlertätigkeit gegenüber nur Hilfsinstitut, sie befindet sich da in einem ganz anderen Verhältnis als sie es gegenüber der Umfrage einnimmt. Denn was die letztere betrifft, so kann man im allgemeinen sagen, daß die Presse sie nicht mehr allein, wie wohl früher, als helfendes Vehikel fördert, sondern daß sie in ziemlich großem Umfange schon als Ersatz für die persönliche Umfrage fungiert. Sie ist sozusagen das moderne, abgekürzte Verfahren der Umfrage, sie ist ihre moderne Modifikation.

Ganz anders jedoch steht sie dem persönlichen Stellenvermittlungsverfahren gegenüber, von dem sie nur unter bestimmten Verhältnissen als Hilfsmittel benutzt wird. Ihre Verwendung von dieser Seite

geschieht durchaus bedingungsweise. Der persönliche Vermittler bedient sich der Presse, wenn er auf anderem Wege die Kräfte nicht herbeiziehen kann, die er braucht; im übrigen existiert er aber als selbständiger Faktor in der Arbeitsvermittlung neben der Presse. Als solcher zieht er sie heran, wenn eine Reklame für sein Geschäft nötig ist, oder wenn er sich über bestimmte Verhältnisse des Arbeitsmarkts orientieren will.

Das Inserat eines Privatmannes, der einen herrschaftlichen Diener für seine Person verlangt, bedeutet in der Tat nichts weiter als eine offene Stelle für einen Diener. Ein gleiches Inserat, von einem Stellenvermittler aufgegeben, kann sehr verschiedenes bedeuten. Es kann eben so gut bedeuten, daß zehn, als daß gar keine Stelle für einen Diener soeben frei sind; meistenteils wird es aber lediglich ein Ausdruck der Tatsache sein, daß der einsendende Privatvermittler zufälligerweise momentan nicht imstande ist, den Bedarf an herrschaftlichen Dienern aus dem Menschenmaterial zu decken, das ihm von selber zuläuft und seine Vermittlung anruft. Auch da wäre der Schluß aber noch nicht gerechtfertigt, daß von seiten dieser Stellenvermittler mehr Dienerstellen besetzt werden sollen, als er überhaupt Diener zur Verfügung hat, vielmehr mag vielleicht in dem Material, das er an der Hand hat, gerade kein geeigneter Typus für die speziellen Wünsche eines oder mehrerer Auftraggeber sich finden, und die Zeitungsannonce ist nur dazu bestimmt, die Möglichkeit der Auswahl zu vergrößern. In jedem Fall enthält die vermittelte Annonce ein weniger sicheres Moment als die andere, sie stellt, nach ihrer praktischen Bedeutung betrachtet, einen andern Typus dar als jene.

Und die typische Unterschiedlichkeit wird demgemäß immer vorausgesetzt, wenn wir dieses Material, diese 7 % des Ganzen, in seinen einzelnen Gruppen nebeneinander betrachten, sei es zu Vergleichungen oder Schlußfolgerungen. Anders ausgedrückt: so bedingungsweise die einzelne vermittelte Annonce zu verstehen ist, so bedingungsweise, so vorbehaltlich ist ein guter Teil der Schlüsse zu nehmen, die man aus der ganzen Anzahl von Annoncen, aus den Prozentanteilen der einzelnen Gewerbe und aus dem Verhältnis von Angebot und Gesuch innerhalb derselben gewinnen kann. Es ist dabei immer die Überlegung festzuhalten, daß fortan die Presse nicht mehr einfach als vermittelndes Organ zwischen Arbeitgeber und Arbeitsucher auftritt, sondern als eine mehr zufällige, irreguläre Hilfskraft für den Stellen vermittler.

Ferner, was die Vermittlungsinstitute selbst betrifft, so gibt es davon verschiedene Arten: gemeinnützige und privatgeschäftliche, große und kleine, solche, die sich nur auf bestimmte Einzelgewerbe legen und andere, die nach mehreren Richtungen ausgreifen. Ohne alle diese Schattierungen hier im einzelnen zu erörtern, wollen wir doch die Erinnerung einflechten, daß in ihnen die Betriebsweise gewisse Verschiedenheiten zeigt, aus denen eine verschieden starke Beteiligung am Presse-Inserat von selber folgt. Größere Vermittlungsinstitute haben stärkeren Zulauf von Kundschaft als kleinere Einzelvermittler, da ihnen, abgesehen vom Reklame-Inserat in der Tageszeitung, noch manche andere und wirksamere Propaganda zu Gebote steht. Demnach sind die kleineren an sich im Einzelfall stärker auf die Zeitungsannonce angewiesen als die größeren. Das bedeutet in Bezug auf unser Material, soweit es die wahren Verhältnisse auf dem Arbeitsmarkt darstellen soll: daß eine bestimmte Menge von stattgehabten Stellenvermittlungen, die durch ein großes Institut vollzogen sind, in den Zeitungsannoncen weniger Spuren zurücklassen wird, als die gleiche Anzahl von Stellenvermittlungen, wenn sie durch einige kleinere Privatvermittler erfolgten. Auch in diesem Punkt muß man also mit der Tatsache rechnen, daß gerade die durch Vermittler aufgegebenen Annoncen ein irreguläres Moment in das Bild des Arbeitsmarkts hineinbringen, insofern er sich in den Annoncen der Presse ausspricht.

Andererseits treten in dem Material Parallelerscheinnngen auf, die ohne Beziehung zu einander, ohne gemeinsame Grundlagen nicht denkbar sind; diese ihre Grundlagen festzustellen, muß unsere Aufgabe bleiben, gleichviel ob der Materialbefund sie verschleiert oder nicht.

Bleiben wir zunächst bei den einfacheren Schlüssen, die weiter kein Bedenken erregen. Stellen wir fest, in welchen Gewerben sich die Stellenvermittlung, sei sie privatgeschäftlicher oder gemeinnütziger Art, überhaupt bemerkbar macht. Man kann nicht ohne weiteres sagen, daß in jedem Fall und ganz unzweifelhaft die Stellenvermittlung, ganz besonders die gemeinnützige, genötigt ist, sich der Presse zu bedienen und also Spuren im Annoncenmaterial zurück zu lassen. Es sind wohl kleinere Verbände, Vereine usw. innerhalb einzelner Gewerbe denkbar, die sich ganz ohne Zeitungsinserate zu behelfen vermögen, so daß wir außer stande wären, in den betreffenden Gewerben ein Eingreifen der Vermittlungstätigkeit zu konstatieren, während es in Wahrheit dennoch stattfände. Immerhin kann das nur unter kleinen, ganz internen Verhältnissen vorkommen; man wird im allgemeinen bei Vermittlungsstellen, die Anspruch auf Bedeutung haben

annehmen dürfen, daß sie sich in der Presse bemerkbar machen; über diesen Punkt kann man beruhigt sein. — Wir haben nunmehr die Gewerbe vor uns, bei denen die Privatvermittlung Einfluß besitzt. Wir fragen weiter: Läßt sich aus den Zahlen der vermittelten Annoncen, die in diesen Gewerben vorgefunden werden, das Maß der Größe dieses Einflusses feststellen? Es wäre kühn, diese Frage schlechtweg mit ja zu beantworten; denn in der Tat, hier stehen wir schon einem komplizierteren Verhältnis gegenüber. Wenn wir die naheliegende Maßregel ergreifen, in den einzelnen Gewerben das Prozentverhältnis der vermittelten Annoncen zu den unvermittelten festzustellen, so werden damit allerdings diesbezügliche Andeutungen gewonnen, die die Eigenschaft haben, daß sie die einzigen Andeutungen sind, die wir aus unserm Material überhaupt entnehmen können. Damit ist aber zum Ruhme ihrer Zweckdienlichkeit wenig gesagt. Da die vermittelten Zeitungsannoncen, wie oben ausgeführt wurde, zu den Vorgängen auf dem Arbeitsmarkt lange nicht in einem so geraden und direkten Verhältnis stehen wie die unmittelbaren, so folgt schon, daß man den Anblick jener Prozentzahlen wird mit Vorsicht genießen müssen, sich erinnernd, daß z. B. 50% vermittelte Annoncen meistens (aber nicht immer!) eine sehr viel weitere Bedeutung für den Arbeitsmarkt haben als die gleiche Anzahl unmittelbare Annoncen. Hier also liegen Schwierigkeiten!

Dennoch zögern wir nicht, uns jene Prozentualzahlen dienstbar zu machen, nicht nur weil sie ziemlich das einzige sind, was sich zahlenmäßig herausbringen läßt, sondern auch weil sie für gewisse Dinge tatsächlich illustrative Kraft haben und im Ganzen eine nützliche Vereinfachung der Vergleichungsmöglichkeiten bieten, so z. B. zwischen den einzelnen Gewerben. Das schiefe Verhältnis zwischen vermittelten und unvermittelten Annoncen besteht ja, im Ganzen gesehen, auf ungefähr gleiche Weise für sämtliche Gewerbe, nicht nur für das eine oder andere, so daß man also, wenn nicht immer, so doch in vielen Fällen ruhig dazu übergehen darf, aus einem gleichen Prozentsatz an vermittelten Annoncen in zwei verschiedenen Gewerben auf einen relativ gleich starken Einfluß der Stellenvermittlung in jenen Gewerben zu schließen. Ferner dient das besagte Hilfsmittel zur Feststellung, auf welcher Seite im einzelnen Gewerbe der Einfluß der Privatvermittlung stärker ist, ob auf seiten des Angebots oder des Gesuchs. Denn auch da wird man einen einfachen Schluß tun können, und zwar so: Wir haben im Gewerbe der Dienst- und Alleinmädchen unter den Angeboten immer 0,1 vermittelte neben 100 unvermittelten Annoncen, unter den Gesuchen 17,8 vermittelte

neben 100 unvermittelten Annoncen, also existiert in diesem Gewerbe die Tatsache, daß die Vermittlertätigkeit stärker von den Arbeitnehmern als von den Arbeitgebern in Anspruch genommen wird. Ein solches Ergebnis ist, wenn man die später zu erörternden Einschränkungen nicht verabsäumt, für die Gesamtbetrachtung nicht gerade unwichtig, denn es führt, wie wir sehen werden, gelegentlich zu weiterer Klärung anderer Momente. Dennoch müssen wir mit seiner Handhabung vorsichtshalber im engen Rahmen verbleiben, immer bedenkend, daß die genauere Art, wie sich Gesuch und Angebot im Betrieb der Vermittlungsstellen selbst zu einander verhalten, keineswegs mit unzweifelhafter Schärfe in den Zeitungsannoncen sich wiederspiegelt, welche letztere vielmehr auch einigermaßen von zufälligen Momenten abhängig sind.

Wir werden daher, wo es sich um die eben erwähnten und um andere, noch mehr ins Detail eingreifende Ermittlungen handelt, die Zurückhaltung beobachten, die sich bei dem unbestimmten Charakter der vermittelten Annoncen dringend empfiehlt.

Dann erinnern wir an unsere Aufnahme über die Stellenvermittlungen, die durch die entsprechenden Vermittlungsinstitute in Frankfurt stattfanden im Zeitraum des gleichen Jahres, dem auch das Annoncenmaterial entstammt. Schon früher, bei den allgemeinen Bemerkungen der Einleitung, haben wir nicht verschwiegen, wie es mit der Genauigkeit dieser Aufnahme steht. Wir hatten mit den Instituten Schwierigkeiten in verschiedener Hinsicht. Einige von ihnen haben keine Buchführung, die es ermöglichte, genaue Zahlen über ihr Jahresgeschäft aufzustellen, bei anderen wieder war eine Berechnung wohl von Januar zu Januar, aber nicht von Oktober zu Oktober durchzuführen, es mußte im einem wie im andern Fall zu Wahrscheinlichkeitsziffern gegriffen werden. Sodann gab es einen, der sich beharrlich über seinen Umsatz ausschwieg — aus Steuerfurcht. „Meinen Sie denn," fragte er nach mehreren gewundenen Redensarten schließlich ganz entrüstet: „Meinen Sie, ich bin so dumm, mir mit meinen eigenen Händen mein Grab zu graben?" — Auch dieser Schwarzseher kam bei uns, nach einigem Herumfragen über seine geschäftliche Situation, mit einer Wahrscheinlichkeitsziffer zum Eintrag. Glücklicherweise war unter seinen Kollegen sonst keiner, der die Sache so melancholisch ansah wie er; im Ganzen kann ich das Entgegenkommen der Vermittlungsinstitute rühmen.

Wir setzen die Tabelle über diese unsere Aufnahme in dieses Kapitel, da sie hier und da eine Illustration zum Eingreifen der Vermittlung bietet.

In Tabelle G des Anhangs stehen die Zahlen der vermittelten Annoncen neben den unmittelbaren, geordnet nach den wichtigeren Berufsgruppen. Diese Tabelle ist zur schnellen Orientierung besser geeignet als die detaillierte Aufführung in den einzelnen Zeitungen. (A 3, B 3, C 3 usw.). Aber eine weitere Tabelle der am stärksten vertretenen Berufe (Text-Tabelle 26) bildet den speziellen Ausgangspunkt für die Ausführungen des nächsten Abschnitts.

---

2. Die vermittelte Annonce gegenüber der unvermittelten. Vergleichung beider mit der persönlich vermittelten Arbeitsstelle.

Die Texttabelle 26 zeigt, daß weit mehr weibliche als männliche Arbeit durch die Hände der Vermittlungsinstitute geht. Die Aufzeichnungen über vermittelte Arbeitsstellen (Texttabelle 27) zeigen das Gleiche, nämlich:

12 855 Stellenvermittlungen für Männer (42,38%)
17 488 „ „ Frauen (57,62%)
100%.

Dagegen das Annoncenmaterial in seiner Gesamtmasse hat

106 053 Annoncen auf der männlichen Seite = 53,33%
92 801 „ „ „ weiblichen Seite = 46,67%
100%.

Wollten wir die Prozentanteile der Geschlechter unten und oben geradeswegs vergleichen, so würde sich darin die Unselbständigkeit der Frauen, die der persönlichen Vermittlung so viel Arbeit verschafft, sehr kraß darstellen. Aber eins ist zu bedenken: Die persönliche Vermittlung betätigt sich fast durchweg im lokalen Bezirk; bei den Annoncen der Presse dagegen ist mindestens der Allgemeine Anzeiger für Druckereien anderer Art, da er ganz und gar nicht als Gebietsteil der lokalen Arbeitsvermittlung gelten kann; er aber ist es in der Hauptsache, der bei den Zahlen der gesamten Annoncen die männliche Arbeit ins Übergewicht setzt. Bleibt er beiseite, so haben wir statt 53,33% gegen 46,67% zu lesen: 46,25% gegen 53,75%. Das kommt den Prozentanteilen der Geschlechter an der persönlichen Arbeitsvermittlung schon viel näher; auch entspricht es den Tatsachen gerade des lokalen Arbeitsmarktes besser. — Es steckt freilich darin noch das Annoncenmaterial der Frankfurter Zeitung, eines gleichfalls nicht eben lokalen Blattes, nach dessen Ausscheidung das weibliche Moment noch

stärker hervortreten würde (die Frankfurter Zeitung hat 6,6 mal so viel Annoncen männlicherseits als weiblicherseits). Aber die Vermittlertätigkeit ist nicht vollständig lokal zu denken. Die Kaufmännischen Vereine vermitteln z. B. nicht selten auch Arbeitsstellen über weitere Strecken, bis nach Leipzig und München und wohl auch weiter. Diese Tatsache muß in Rechnung gebracht werden, wenn ihre Bedeutung auch nicht mit der arbeitvermittelnden Kraft der Frankfurter Zeitung verglichen werden kann.

Als lokalisierte Arbeitsvermittlung verstehen wir übrigens — kaum braucht es gesagt werden — durchaus nicht eine Tätigkeit, die an den Frankfurter Weichbildgrenzen innehält! Die Lokalisation muß selbstverständlich im weiteren Rahmen gefaßt werden, entsprechend ungefähr dem Ausbreitungsgebiet jener Zeitungen, denen wir vorwiegend lokalen Charakter zuschrieben und die nichts desto weniger über Aschaffenburg und Mannheim hinauskommen. Zu diesen gehört speziell der General-Anzeiger, der also nicht in dem ganz engen Sinne lokal ist wie etwa das Intelligenz-Blatt. Auch die Kleine Presse zählt dahin, sie ist zwar nicht in der Abonnentenzahl, wohl aber in der geographischen Ausbreitungssphäre mit dem General-Anzeiger vergleichbar. — Und was die persönliche Arbeitsvermittlung und ihre Lokalisation anbetrifft, so leuchtet es ein, daß z. B. die bedeutende Menge von Schweizern und Landwirtschaftlichen Arbeitern, die sich in Texttabelle 27 zeigt, nicht innerhalb der Stadtmauern plaziert worden ist; ein weiter ländlicher Umkreis, der wirtschaftlich mit Frankfurt zusammenhängt, muß bei dem Begriff der Lokalisiertheit a priori mit in Anrechnung gebracht werden. Auch die so wichtige, in großen Zahlen auftretende Dienstbotenvermittlung verbleibt wohl in der Hauptsache, nicht aber in der absoluten Gesamtheit auf dem Boden der Stadt.

Dem lokalen Charakter der persönlichen Arbeitsvermittlung wird es demnach entsprechen, wenn wir zu Vergleichszwecken den Allgemeinen Anzeiger für Druckereien aus dem Annoncenmaterial absondern. Dieses Verfahren ist überall am Platze, wo das Annoncenmaterial so oder so in Vergleich gesetzt wird mit dem Material über die persönlichen Arbeitsvermittlungen, ebenso auch dort, wo ein Vergleich zwischen den unvermittelten und den durch Vermittler aufgegebenen Annoncen eintritt.

Sodann ist für die Folge, da nunmehr 2 verschiedene Gebiete der lokalen Arbeitsvermittlung nebeneinander stehen, nämlich die persönliche Arbeitsvermittlung und die Annoncen der Presse, eine weitere Erinnerung zu machen. In den bisherigen Ausführungen dieser

Schrift kam von jenen beiden Gebieten immer nur das eine in Betracht: die Presse! Sie nur wurde erörtert, alles bezog sich auf sie. Als Einheit war die einzelne Annonce gesetzt, die vermittelte sowohl als die unmittelbare.

Nun tritt die persönliche Arbeitsvermittlung hinzu; die Basis unserer Betrachtung erweitert sich, wird eine andere, — wir müssen also jene Einheit, die einzelne Annonce, in ein passendes Verhältnis zu dem neuen Faktor setzen oder uns mindestens darüber klar werden, daß sie nicht in geradem Verhältnis zu ihm steht. Denn die einzelne Annonce entspricht nicht der einzelnen geschehenen Arbeitsvermittlung; sie entspricht, wenn wir genau sein wollen, nicht einmal der einzelnen durch Vermittler eingerückten Annonce!

Zunächst, wie steht die angenommene Einheit zu den persönlichen Arbeitsvermittlungen? Soweit eine Antwort auf diese Frage möglich ist, wird sie so lauten, daß die einzelne persönliche Arbeitsvermittlung gleich 2 Zeitungsannoncen zu gelten hat, denn ihre Vorbedingung ist mindestens ein Arbeitsgesuch und ein Arbeitsangebot.

Sodann, wie steht es mit der durch Vermittler eingerückten Annonce? Wo das Zeitungsinserat allein in Betracht kam, zählte sie als einfache Einheit. Sehen wir sie aber jetzt an, so stellt sich ihr faktischer Charakter weniger einfach hin. Ich spreche in diesem Augenblick nicht von der für den Statistiker so unbequemen Gewohnheit der Privatvermittler, daß sie gern mehrere Posten (deren positive Zahl sehr häufig nicht erwähnt wird) in einer Annonce unterbringen; auch spreche ich nicht von andern der Privatvermittlung anhaftenden Gebräuchen, die in der Annoncenabfassung überhaupt nicht sichtbar werden und das Tatsachenbild des Arbeitsmarkts um so mehr trüben. Alle diese Momente, deren Verhältnis zu der angenommenen Einheit sich gar nicht eruieren läßt, lasse ich beiseite, um mich an die klar erkennbare Tatsache zu halten, die das Wesen der von Vermittlungsinstituten aufgegebenen Annonce unterscheidet von der gewöhnlichen, unmittelbar eingerückten Annonce.

Die persönliche Vermittlung inseriert im allgemeinen nur, wenn sie ein bei ihr vorgebrachtes Arbeitsgesuch oder Arbeitsangebot nicht von selber, ohne Inanspruchnahme der Zeitung befriedigen kann. Hier haben wir eine Vorbedingung ihres Inserats, die beim gewöhnlichen, unvermittelten Inserat nicht existiert: Dem vermittelten Inserat geht bereits eine entsprechende Anfrage beim Vermittler voraus! Das Inserat selber ist also eine zweitmalige Äußerung des gleichen Bedürfnisses. Es ist, praktisch betrachtet, genau die gleiche Erscheinung,

als wenn das unvermittelte Inserat zum zweitenmal in der Zeitung auftritt, nachdem es beim erstmaligen Erscheinen nicht den gewünschten Erfolg hatte. Der Unterschied liegt nur darin, daß beim vermittelten Inserat die erstmalige Äußerung des Bedürfnisses nicht sofort in der Presse, sondern im Bureau des Vermittlers erfolgte. Aber praktisch ist diese erstmalige Äußerung gleichbedeutend mit einem erstmaligen unvermittelten Inserat in der Presse.

Demnach enthielte auch das durch Vermittler aufgegebene Inserat, genau genommen, zwei von den vorbenannten Einheiten, wenn man es in seinem praktischen Verhältnis zum Arbeitsmarkt betrachtet und wenn man es in solcher Betrachtung gegenüberstellt dem unvermittelten Inserat. Dagegen trifft das nicht zu bei seiner Gegenüberstellung mit der geschehenen persönlichen Arbeitsvermittlung. Es trifft also nicht zu beim Vergleichen aller geschehenen persönlichen Arbeitsvermittlungen mit allen Annoncen der lokalen Presse. Warum nicht? Jeder vorgekommene Fall persönlicher Stellenvermittlung ist wie zwei Zeitungsannoncen zu rechnen, sagten wir. Wenn man nun, was die Wahrscheinlichkeit billigen muß, die Annahme setzt, daß jede durch Vermittler eingerückte Annonce im Durchschnitt mindestens eine Stellenbesetzung zur Folge gehabt hat, so ist in der Gesamtzahl der durch persönliche Vermittlung besetzten Arbeitsstellen zugleich die Menge jener Stellenbesetzungen enthalten, welche die durch Vermittler eingerückten Annoncen nötig machten. Also ist in der Doppelzählung der besetzten Stellen auch schon die erstmalige, im Vermittlungsbureau geschehene Anfrage mit enthalten, welche wir als die Voraussetzung für den doppelten Charakter der durch Vermittler eingerückten Annoncen darstellten.

Es wurden im Vorigen als Vertreter zweier Einheiten festgestellt:

1. die einzelne persönliche Arbeitsvermittlung,
2. in gewisser Vergleichsbeziehung auch die durch Vermittler eingerückte Annonce.

Wie werden diese Arten der Duplizität auf den folgenden Seiten zum Ausdruck kommen? Es läßt sich vermeiden, sie direkt zu betonen, und wir wollen es im Interesse der Klarheit tatsächlich vermeiden. Es war zwar nötig, auf den Charakterunterschied der einzelnen Materialgruppen hinzuweisen; aber im übrigen kann es bei dem bloßen Hinweis sein Bewenden haben, ohne daß ein falscher Zug in das Bild der Tatsachen hineingetragen würde.

Es ist gleichgültig, ob ich sage: Wir haben

12 855 Arbeitsvermittlungen für Männer (42,38 %)
17 488 „ „ Frauen (57,62 %)

oder ob ich sage: Bei den Arbeitsvermittlungen sind

25 710 Einheiten auf männlicher Seite (42,38 %)
34 976 „ „ weiblicher „ (57,62 %).

Ebenso, wenn wir die Zahlenstärke der vermittelten Annoncen im Vergleich zu den entsprechenden unvermittelten betrachten, so entsteht in den Verhältniszahlen, auf die es ankommt, keinerlei Störung, ob wir nun sagen: Auf je 100 unvermittelte Gesuche kommen vermittelte

bei Kammerjungfern 30,86
„ Kinderfräulein 11,96
„ Stützen 3,26

oder ob wir die Duplizität in Anrechnung bringen und jene Zahlen also verdoppeln! Die Stärke des vermittelten Gesuchs gegenüber dem unvermittelten verhält sich bei jenen drei Kategorien

zuerst wie 30,86 : 11,96 : 3,26
dann wie 61,72 : 23,92 : 6,52.

Das ist aber das gleiche Verhältnis. Da wir bei den hier exemplifizierten Arten der Feststellung bleiben werden, so sind wir durch keine Besorgnis vor falschen Resultaten gehindert, die vorhin erörterten Duplizitäten wie nicht vorhanden zu betrachten. Sie hat hier nach unserer Ansicht weder formell noch praktisch Wert. Sie wurde nur berührt, um die wesentlichen Unterschiede in den Materialgruppen anzudeuten; dieser Andeutung lag keineswegs der Gedanke zu Grunde, daß mit dem Motiv der Duplizität ein besseres Vehikel für die Darstellung des Arbeitsmarkts im Ganzen geschaffen würde. Betonten wir doch zu wiederholten Malen die Unfaßbarkeit des faktischen Charakters aller der Materialteile, welche das Bureau des Vermittlers passiert haben. Kaum dürfte nach den bisherigen Aussagen die Meinung entstehen, daß wir in Bezug auf diesen Punkt irgendwelche Illusionen hegten.

Aber jene Materialteile sind deshalb nicht etwa allen Wertes bar. Vorsichtig angewandt, können sie manches interessante Resultat zu Tage fördern und manches bereits gefällte Urteil bestätigen. Zumal die Anwendungsweisen, von denen wir oben zwei Proben lieferten, sind unbedenklich und lassen bündige Schlüsse zu, soweit solche auf statistischem Wege überhaupt zu gewinnen sind.

Nach diesen einleitenden Bemerkungen begeben wir uns auf das Gebiet der positiven Zahlen, deren Aussagen erwünschte Beiträge zur Kenntnis des Gesamtstoffes liefern sollen.

(Texttabelle 26.) **Verhältnis der vermittelten zu den unvermittelten Annoncen in 39 Gewerbstypen.**

Bezeichnung der Berufe	Angebote			Gesuche			Gruppe
	unmittelbare	vermittelte positiv	vermittelte auf je 100 unmittelbar	unmittelbare	vermittelte positiv	vermittelte auf je 100 unmittelbar	
Monatfrauen	4702	46	0,9	2093	67	3,2	Häusliche Dienste
Kindermädchen	1361	89	6,5	335	191	57,0	Häusliche Dienste
Ammen	99	276	278,8	151	624	413,2	Häusliche Dienste
Haus- und Zimmermädchen	3808	2232	58,6	2132	1736	81,4	Häusliche Dienste
Dienstmädchen (Alleinmädchen)	12391	17	0,1	2908	519	17,8	Häusliche Dienste
Haushälterinnen	1045	113	10,8	1704	163	9,6	Häusliche Dienste
Köchinnen	1505	1611	107,9	1244	844	67,8	Häusliche Dienste
Jungfern	162	50	30,9	318	85	26,7	Häusliche Dienste
Kinderfräulein	769	92	12,0	512	153	29,9	Häusliche Dienste
Stützen	530	17	3,2	958	26	2,7	Häusliche Dienste
Gesellschafterinnen	90	20	22,2	739	10	1,4	Häusliche Dienste
Diener	555	201	36,2	397	76	19,1	Häusliche Dienste
Ausläufer	1548	31	2,0	889	—	—	Handelsgewerbe
Hausburschen und Bureaudiener	3319	336	10,1	207	55	26,6	Handelsgewerbe
Kommis, Verkäufer	5247	106	2,0	1991	—	—	Handelsgewerbe
Verkäuferinnen	5068	157	3,1	1954	47	2,4	Handelsgewerbe
Reisende, Agenten (männlich)	4425	89	2,0	5490	4	—	Handelsgewerbe
Kassierer	24	23	95,8	39	—	—	Handelsgewerbe
Kassiererinnen	46	17	36,9	15	—	—	Handelsgewerbe
Buchhalter, Kontoristen	4539	116	2,6	4606	8	0,2	Handelsgewerbe
" " (weiblich)	673	80	11,9	708	—	—	Handelsgewerbe
Filialleiter	477	47	9,8	635	—	—	Handelsgewerbe
" (weiblich)	156	54	34,6	77	1	—	Handelsgewerbe
Empfangsdamen	24	15	62,5	95	—	—	Handelsgewerbe
Servierfräulein	—	72	—	—	—	—	Hotel und Gastwirtschaft
Kupferputzer und Spülmädchen	644	48	7,2	—	—	—	Hotel und Gastwirtschaft
Zimmermädchen (Hotel)	57	76	133,3	49	50	102,0	Hotel und Gastwirtschaft
Weißzeugbeschließerinnen	18	18	100,0	28	4	14,3	Hotel und Gastwirtschaft
Kellner	294	339	11,5	112	8	7,1	Hotel und Gastwirtschaft
Kellnerinnen	2351	242	10,3	85	37	43,5	Hotel und Gastwirtschaft
Buffetier	14	6	42,8	20	1	—	Hotel und Gastwirtschaft
Buffetfräulein	793	240	30,3	218	90	41,3	Hotel und Gastwirtschaft
Küfer	284	16	5,6	77	—	—	Hotel und Gastwirtschaft
Köche für Restaurant	92	156	169,6	50	3	6,0	Hotel und Gastwirtschaft
Köchinnen für Restaurant	353	225	63,7	175	206	117,7	Hotel und Gastwirtschaft
Lehrer und Erzieher	861	—	—	1872	1	—	
Lehrerinnen, Gouvernanten	504	80	15,9	2057	30	1,9	
Gärtner und Schnitter	783	24	3,1	274	11	4,0	
Knechte und Kutscher	1008	248	24,6	413	111	26,6	

3. Männliche und weibliche Arbeit bei den persönlichen Arbeitsvermittlungen. Gesuche und Angebote.

Beide Texttabellen Nr. 26 und 27 lassen auf den ersten Blick eins erkennen: Die weibliche Arbeit stützt sich in weit stärkerem Maße auf die persönliche Vermittlertätigkeit als die männliche. Es sind unter den 172 606 Annoncen unseres gesamten Materials (mit Ausnahme des Allgemeinen Anzeigers für Druckereien) 92 773 Annoncen, welche weibliche Arbeit betreffen, d. h. 53,75 %; — unter den 13 624 vermittelten Annoncen kommt auf den weiblichen Teil die Anzahl von 10 752 Stück, also 78,92 %. Gewisse Bedingungen, unter denen die weibliche Arbeit steht, zeigen sich mit interessanter Lebendigkeit schon in diesen Zahlen. Wir sahen bereits, wie das Weib auf dem lokalen Arbeitsmarkt exponierter hervortritt, während auf dem weiter umschriebenen Arbeitsmarkt das männliche Element überwiegt. Dieses Verhältnis verdichtet sich noch in den Zahlen der durch Vermittler aufgegebenen Annoncen; es bestätigt sich gleichfalls, wie schon hervorgehoben wurde, in den Zahlen über persönlich vermittelte Arbeitsstellen.

Interessanter jedoch dürfte die Frage sein, wie es nun bei den vermittelten Annoncen zwischen Angeboten und Gesuchen steht. Männlicherseits kommen auf

54 271	unmittelbare Angebote	2574	mittelbare, d. h. auf	100 =	4,74
22 690	„ Gesuche	298	„ „ „	100 =	1,31

Auf der weiblichen Seite kommen auf

53 699	unmittelbare Angebote	5918	mittelbare, d. h. auf	100 =	11,02
29 322	„ Gesuche	4834	„ „ „	100 =	16,48

Obwohl diese Verhältnisangaben, wie wir nochmals betonen wollen, keineswegs ein genaues Spiegelbild der Tatsachen des Arbeitsmarkts geben können, so beweisen sie dennoch mit größter Deutlichkeit, nicht nur, daß die weibliche Arbeit mehr als die männliche dem Einfluß der Vermittlertätigkeit untersteht, sondern auch, daß es auf der weiblichen Seite gerade die Arbeitsucher sind, die mehr als ihre Arbeitgeber diese Tätigkeit in Anspruch nehmen, während die männlichen Arbeitsucher das vergleichsweise viel weniger tun als ihre Arbeitgeber. Sehr bemerkenswert! Zunächst deshalb, weil in unserem gesamten Material sich nichts findet, was so deutlich, wie dieser Umstand, von der mittelbaren, unfreien Stellung spricht, welche das Weib gegenüber seiner verdingten Arbeit einnimmt. Eine Andeutung davon

ist ja unverkennbar auch in den gewöhnlichen, d. h. unmittelbaren Annoncen enthalten, denn da kommen auf 100 Angebote

auf der männlichen Seite 41,81 Gesuche
" " weiblichen " 54,60 "

Auch da drängt also der weibliche Arbeitsucher relativ lebhafter vor als der männliche, und wir haben, was diesen Punkt betrifft, schon des Anteils gedacht, den die von männlicher Seite agiler betriebene Umfrage an dieser Erscheinung haben muß. Die Umfrage wird auf dem lokalen Arbeitsmarkt niemals aufhören, als ein wichtiges Vehikel in der Arbeitsbeschaffung sich zu behaupten; denn sie hat eben für den Arbeitsucher, wo immer sie zu betreiben möglich ist, bestimmte Vorteile, soviel auch gegen die Zeitverschwendung geeifert werden mag, die sie mit sich bringen soll. Besonders wenn man im Auge behält, daß die heutige Umfrage ja im Ganzen sich nicht aufs Geratewohl verstreut, — soweit das bei der sogenannten „wilden" Umfrage noch der Fall ist, betrifft es doch nur einen kleinen Teil der gesamten Umfragebewegung; — wenn man ferner bedenkt, daß der Arbeitgeber, indem er die Annoncenspalten der Presse reichlich benutzt, in der Hauptsache als ordnungschaffender Faktor in der Umfragebewegung selber fungiert und seiner Lage nach mit oder ohne Absicht so fungieren muß, und zwar mit viel größerer Selbstverständlichkeit als etwa der Arbeitsucher die entgegengesetzte Funktion ausüben kann: die Arbeitgeber auf bestimmte Punkte hinzuziehen, — wenn man dies alles bedenkt, so verliert das Eifern gegen die Umfrage doch stark an innerer Rechtfertigung. Die Umfrage ist vorläufig noch nichts Veraltetes, sondern etwas Gebliebenes, das durch das moderne Hilfsmittel des Zeitungsinserats eine verbesserte Betriebsform erhalten hat. Das Zeitungsinserat ist nicht geeignet, sie in nennenswertem Maße vom Boden des Arbeitsmarkts zu verdrängen, es verwischt nur bis zu einem gewissen Grade ihre Grenzen und reguliert ihre Durchführung, während ihr tatsächliches und merkbares Eindämmen und Zurückhalten im Prinzip einzig durch den Aufschwung der Arbeitsvermittlung gewerkschaftlicher Verbände und beruflicher Vereine zu bewirken ist; denn die Konzentration der Arbeitsucher und Arbeitgeber auf ganz wenige Stützpunkte, welche das Ideal solcher Korporationen sein muß, ist allerdings dem Umfrageverfahren von heute und früher durchaus feindlich — nicht weniger aber auch dem Zeitungsinserat, soweit es den Arbeitsmarkt betrifft.

Augenscheinlich liegt jedoch dieses Ziel noch in gemessener Ferne, und wenn wir, zurückkehrend von der kleinen Abschweifung, den Blick

auf den heutigen Umfragebetrieb richten, wie er in den niederen Schichten der Arbeit üblich ist, so sehen wir ohne Mühe und ohne Zweifel, daß er mehr Impuls, Energie und Selbständigkeit voraussetzt als zum Einrücken einer Annonce oder zur Beauftragung eines Vermittlers erforderlich ist. Der Umfrager bedient sich seiner eigenen Augen und läuft nicht Gefahr, durch die Abhängigkeit vom Urteil und von der Bestimmung des Vermittlers in eine schiefe Position zu geraten, die er obendrein noch ziemlich teuer bezahlen muß. Und was die Zeitungsannonce betrifft, so würde er sie gewiß trotz der damit verbundenen Kosten lebhafter pflegen, wenn es nicht tatsächlich für seine Lage angemessener und vorteilhafter wäre, auf die Angebote, die er vorfindet, umfragend zu reagieren, anstatt selber mit einem Gesuch auf den Plan zu treten. Ganz anders liegt die Sache bei differenzierteren Gewerben, — nämlich zu Gunsten des Zeitungsgesuchs, aber nicht zu Gunsten der privaten Vermittlung, wie wir noch sehen werden.

Unsere Zahlen sprechen überall dafür, daß die Umfrage lebhafter von männlichen als von weiblichen Arbeitsuchern betrieben wird; sie schließen aber deshalb die Vermutung nicht gerade aus, daß auch Frauen umfragen gehen — denn auch bei ihnen zeigt sich, freilich weitaus nicht so stark wie bei Männern, im gewöhnlichen Zeitungsinserat ein beträchtliches Übergewicht der Angebote über die Gesuche. Aber gerade diese Erscheinung erklärt sich bei ihnen schon leichter auch ohne die Annahme eines lebhaften Umfragebetriebs, wenn wir in der Stoffmenge der vermittelten Annoncen sehen, daß die weibliche Arbeit — sehr zum Unterschiede von der männlichen — gerade von den Arbeitsuchern unter den Einfluß der persönlichen Vermittlung gebracht wird.

Die tatsächliche Richtigkeit dieses Gegensatzes zwischen männlicher und weiblicher Arbeit kann nun einem Einwand begegnen, den wir aus prinzipiellen Gründen selber erheben, beleuchten und entkräften wollen. Nämlich, man könnte sagen: Zwar geht aus den obigen Angaben über die Annoncen auf männlicher Seite hervor, daß die Dichtigkeit der vermittelten Annoncen zwischen den unvermittelten sich folgendermaßen verhält: Angebot zu Gesuch wie 4,74 : 1,31. Daraus folgt aber noch nicht mit Notwendigkeit, daß die Arbeitgeber sich lebhafter als die Arbeitnehmer mit den Vermittlungsinstituten befaßten. Es gibt auch eine andere Erklärung dafür: Aus verschiedenen Gründen haben die Vermittlungsbureaus, denen das Zeitungsinserat zugleich als Reklame dient, ein viel lebhafteres Interesse, offene Arbeitsstellen

(Texttabelle 27.)

Arbeitsstellen, vermittelt durch die hiesigen Bureaus in der Zeit vom 1./10. 1900 bis 30./9. 1901.

A. Männliche:

(Zusammen 12 855 Vermittlungen)

1. Kaufm. Personal	2. Hotel- u. Restaurant-Personal			3. Hauspersonal	4. Personen div. Gewerbe		5. Landwirtschaftliches Personal
Kontoristen, Verkäufer, Reisende usw.	Köche	Kellner	Portiers, Hausd. u. sonst. Pers.	Diener und Kutscher	Konditorgehilfen	Schneider	Melker, Schweizer und landwirtschaftliche Arbeiter
317	1119	4456	1080	294	260	1261	4068
	6655				1521		

B. Weibliche:

(Zusammen 17 480 Vermittlungen)

6. Kaufm. Personal	7. Personal für Unterricht und Erziehung	8. Hauspersonal					9. Hotel- und Restaurant-Personal		
Kontoristinnen, Verkäuferinnen	Lehrerinnen — Erzieherinnen Kindergärtnerinnen	Hausdam. Haushält. Gesellschafterin.	Kinderfräulein, Stützen	Ammen	Köchinnen u. Hausmädchen	Monatsfrauen	Zimmermädchen Köchinnen	Beschließerinnen	Buffetfräulein, Kellnerinn.
208	210	189	226	259	10 497	5880	333	2	176
		16 551					511		

(Arbeitsangebote) zu annoncieren als Arbeitsgesuche. Wenn nun die männliche Arbeitergruppe — wegen lebhaften Betreibens der Umfrage — eine gewisse Zurückhaltung gegen die Vermittlungsinstitute zeigt, so werden die Institute ihrerseits gerade dieser Gruppe gegenüber desto mehr in ihren Zeitungsinseraten das Arbeitsangebot, die offene Arbeitsstelle betonen, das Gesuch dagegen mehr in den Hintergrund rücken, so daß fälschlicherweise der Eindruck entsteht, als würden sie, die Institute, von den Arbeitgebern überlaufen, als könnte der Arbeitsucher bei ihnen also mühelos finden was ihm genehm!

Dieser Einwand hat möglicherweise mehr Gewicht, als es im ersten Augenblick scheint. Er gehört mit zu den mancherlei berechtigten Zweifeln, die das Annoncenmaterial der Institute überhaupt treffen. Auch gewinnt er anscheinend eine Stütze durch gewisse Einzelheiten dieses Materials. — Es ist, um ein auffälliges Beispiel zu nennen, sehr bekannt, in welch hohem Maße das Kellnergewerbe dem Einfluß der Privatvermittler unterliegt, wird doch in seinen Kreisen vielfach bitter genug über die Wirkungen dieser Situation geklagt. Bei meinen Nachforschungen über die vermittelten Arbeitsstellen hatte ich öfter Gelegenheit, zu staunen über den kolossalen Andrang der arbeitsuchenden Kellner bei jenen Vermittlern. Dennoch sehen wir bei unsern Annoncen über das Kellnergewerbe 339 vermittelte Angebote, 8 vermittelte Gesuche, während unter den unvermittelten Annoncen 294 Angebote neben 112 Gesuchen vorhanden sind. Wo nach allen Beobachtungen die Tatsache deutlich vorliegt, daß die Stellensucher den Vermittlungsinstituten so reichlich zuströmen wie beim Kellnergewerbe, da muß man es als ein auffälliges Verhältnis bezeichnen, daß von seiten der Vermittler 40 mal soviel Stellenangebote als Stellengesuche in den Zeitungen annonciert sind. Sicherlich kommt ein Einwand wie der vorhin erwähnte, dabei auf seine Rechnung!

Indessen können wir nicht leugnen, daß gerade im Kellnergewerbe der Einfluß der Privatvermittlung in der Tat ziemlich annormale Zustände hervorgerufen hat, — und da andererseits dieses Gewerbe ein einzelnes unter so vielen anderen ist, die in unserm Gesamtmaterial mitsprechen, und deren keines auch nur entfernt so auffällige Tatsachen zeigt wie dieses, so darf man das Gewicht jenes Einwandes wohl nicht ohne weiteres für dermaßen schwer halten, daß es hinreichend wäre, Tatsachen zu entkräften, die sich in allen sonstigen Verhältnissen des Materials bestätigt finden. Die Tatsache, die auf statistischem Wege aus der einen Materialgruppe gefolgert wird, findet ihre natürliche Legitimation in der Übereinstimmung mit den Aus-

sagen anderer Materialteile, die mit der Ausgangsgruppe so zusammenhängen, daß sie notwendig deren Aussage stützen müssen. Tun sie das nicht, oder zwingen sie sogar zu entgegengesetzten Schlüssen, so hat man in der ersten Folgerung keine statistische Tatsache mehr zu erblicken, sondern das Ergebnis einer rein zufälligen Kombination.

Die Tatsache nun, daß auf seiten der männlichen Arbeit der Arbeitgeber sich lebhafter an die Vermittlungsinstitute wendet als der Arbeitnehmer, stößt in dem sonstigen Material auf keinerlei Widersprüche, wohl aber findet sie in gewissen Umständen eine Stütze. Wir können sie also geltend machen, da sie in dem Material der vermittelten Annoncen deutlich genug selbst dann noch ausgedrückt ist, wenn wir zugeben, daß vielleicht in die Deutlichkeit dieses Ausdrucks ein inflationistisches Moment durch gewisse vorteilspähende Gebräuche der Vermittlungsinstitute hineingekommen ist.

---

4. Einzelgewerbe und Gewerbegruppen bei der persönlichen Arbeitsvermittlung.

Nachdem wir im allgemeinen erörtert haben, wie männliche und weibliche Arbeit und wie Gesuch und Angebot in den vermittelten Annoncen zu einander stehen, begeben wir uns zu den einzelnen Gruppen und Gewerben.

Es ist ein verhältnismäßig beschränkter Kreis, der da in Frage kommt. In der Tabelle 26 bemerken wir 39 Gewerbe, die wir als die stärker beteiligten herausgezogen und zusammengestellt haben. Sie umfassen bereits 12 796 Annoncen, d. h. 93,9 % aller vermittelten Annoncen. In diesem Kreis von Einzelgewerben umherblickend, gewahren wir ferner, daß er sich im wesentlichen auf 3 Tätigkeitsgruppen erteilt: Häusliche Bedienstete, Handelsgewerbe und Gastwirtsgewerbe. Dazu kommen dann noch die Einzelgewerbe der Unterrichterteilenden und der Gärtner und Kutscher nebst Knechten.

Am stärksten sind die Hausbediensteten vertreten. Sie kommen in der Gesamtheit (die Tabelle 26 zeigt nur die stärker vertretenen Einzelgewerbe) auf 9172 (unter 13 624) Annoncen; das sind 67,3 % der Gesamtzahl. Diese Gruppe ist im Zusammenhang mit der Vermittlertätigkeit, wenn wir so sagen dürfen, die normalste; d. h. sie bietet die relativ beste Gelegenheit, das Verhältnis zwischen Privatvermittlertum und Zeitungsvermittlung zu beobachten. Das erleidet

7

eine Beschränkung nur insofern, als darin die männliche Arbeit nicht zum Worte kommt.

Die Tabelle sagt aus, daß im allgemeinen die höher situierten Gewerbe relativ stark im Angebot, die niedriger situierten stärker im Gesuch vertreten sind; daß also bei den ersteren die Arbeitgeber, bei den letzteren die Arbeitnehmer sich lebhafter an Vermittlungsinstitute wenden. Es liegt kaum ein triftiger Grund vor, zu bezweifeln, daß dieses Verhältnis den Tatsachen der Wirklichkeit entspricht. Wenn wir die Arbeitnehmer betrachten, so werden wir bei ihnen den Typus der Unselbständigkeit um so sicherer vorfinden, je mehr sie einem Gewerbe angehören, das auf niederer Stufe steht. Denn diese Gewerbe setzen gewissermaßen die Unselbständigkeit voraus; Scharfsinn, Selbstbewußtsein, Unternehmungslust treten in ihren Kreisen weniger hervor als in höherliegenden, die von vornherein eine gewisse Entwicklung der Intelligenz und des Selbstgefühls bedingen. Nun werden unselbständige Charaktere a priori mehr dem Vermittler zuströmen als selbständige, weil sie die Vorteile, die er ihrer Unbeholfenheit bietet, nicht gern entbehren mögen, und die Nachteile, die seine Dazwischenkunft haben kann, nicht überblicken. Hieraus erklärt sich nicht allein, daß die niederen Schichten, sondern auch, daß die Frauen die persönliche Vermittlung hochbringen; denn diese haben, wenn nicht schon in der Art ihrer Gewerbe, so doch in ihrer psychologischen Struktur und in ihrer bisherigen sozialen Position besondere Momente, die zur Unselbständigkeit prädisponieren.

Andererseits, wenn wir von den Arbeitgebern reden wollen, so bieten auch sie genügend Grund, jene Beobachtung zu stützen. Bei ihnen kommt nicht das Moment der Unselbständigkrit in Frage, sondern ihre Lage ist die: Sie benutzen in gewissen Fällen Vermittlungsinstitute, um ihrerseits die Mühe der Auswahl unter einer größeren Menge Reflektanten zu vermeiden, indem sie sie jenen Instituten zuschieben, denen sie Vertrauen schenken. Verlangen sie nun eine Arbeitskraft der niederen Schichten, so werden sie meistenteils befriedigt werden können, ohne daß die Institute deshalb zu annoncieren brauchten, da ihnen ja aus den niederen Schichten reichlicher Zustrom kommt; handelt es sich jedoch um differenziertere Kräfte, so werden die Institute schon eher zu Annoncen gezwungen sein, erstens weil an differenzierten Kräften weniger „auf Lager“ ist, zweitens weil da meist schon ganz spezielle Wünsche in Frage kommen, die der Arbeitgeber erfüllt wissen will. — Somit steht die Aussage unseres Materials im allgemeinen nicht im Widerspruch mit den Wahrscheinlichkeitstatsachen.

Folgende Gewerbe zeigen relatives Vorwiegen des Gesuchs, angefangen von der stärksten Ausprägung des Verhältnisses: Dienstmädchen, Kindermädchen, Monatsfrauen, Kinderfräulein, Ammen, Zimmermädchen. Hier die Reihenfolge der Gewerbe, welche, von der stärksten Ausprägung zur schwächeren herab, relatives Vorwiegen des Angebots zeigen: Gesellschafterinnen, Diener, Köchinnen, Stützen der Hausfrau, Kammerjungfern, Haushälterinnen.

Vorsicht erheischt der Vergleich der absoluten Zahlen der vermittelten mit den absoluten Zahlen der unvermittelten Annoncen, da hier jene Eigenschaft der vermittelten Annonce stark ins Gewicht fällt, daß sie erst dann erscheint, wenn für die vorhandene Nachfrage bei den Vermittlungsinstituten nicht auf andere Weise Befriedigung geschaffen werden konnte. So z. B. würde sich aus den Zahlen der Tabelle 26 von vornherein ein wertloses Resultat ergeben, wenn wir sagten: von Monatfrauen sind nur 67 vermittelte Arbeitsgesuche neben 2093 unvermittelten, also nehmen die Arbeitsucher dieser Kategorie nur in geringem Maaße die persönliche Stellenvermittlung in Anspruch, sie bevorzugen das Mittel der direkten Zeitungsannonce. Wer, wie der Autor dieser Schrift, die Menge von Frauen beobachtet hat, die sich in den betreffenden Instituten um Monatsstellen bewerben, der wird von vornherein eine solche Angabe für wenig wahrscheinlich erklären. Man kann aber in dieser Beziehung keine Schlüsse ziehen, wenn man nur die Zahlen der Annoncen zur Verfügung hat. Glücklicherweise kommt uns unsere Aufnahme über die persönlichen Arbeitsvermittlungen zu Hilfe; sie nennt uns 5380 vermittelte Stellen für Monatsfrauen, also sind mindestens 5380 Arbeitsgesuche von Monatsfrauen bei den Vermittlungsinstituten vorgebracht worden, neben 2093 in den Zeitungen; die Zahl 67 tritt ganz in den Hintergrund. Was haben wir demnach über Monatsfrauen ermittelt? Ihre Plazierung geschieht mindestens zur Hälfte, wahrscheinlich aber zum größeren Teil durch Vermittlungsinstitute, und zwar hauptsächlich auf Veranlassung der Arbeitsucher. Dagegen nehmen die letzteren die Presse weit weniger in Anspruch als die Arbeitgeber.

Auf diese Weise läßt sich ein ungefährer Überblick über den Gang der Arbeitsvermittlung auf dem lokalen Arbeitsmarkt gewinnen, wozu die beigegebenen Tabellen keiner Erläuterung bedürfen. Leider geht in Tabelle 27 die Kategorieneinteilung weniger weit als im Annoncenmaterial; die Angaben der Vermittlungsinstitute waren nicht eben sehr detailliert.

Deutlich läßt unsere Tabelle 26 die Abhängigkeit der Ammen

von den Vermittlungsinstituten sehen. Nach den Aussagen der Tabelle 27 haben sie damit keinen übermäßigen Erfolg: 624 Stellengesuche, und dabei nur 259 besetzte Stellen! Die Richtigkeit der letzteren Zahl könnte zweifelhaft scheinen, wenn man sieht, daß schon die Stellenangebote zahlreicher sind (276 Stück). Denn wenn auch die Auftraggeber gerade in der Auswahl der Annonce besonders vorsichtig sind, so muß doch die Nichtbefriedigung des tatsächlichen Bedürfnisses bei solchem Überangebot seltsam erscheinen. Dabei ist aber nicht zu vergessen, daß die Stärke des vorhandenen Bedürfnisses nicht mit absoluter Bestimmtheit festgestellt ist, da ja die Zahl der vermittelten Angebote (276) eine Täuschung veranlassen kann, indem der Stellenvermittler schließlich doch wohl, wenn es sein muß, die einzelne Angebotsannonce mehrmals einrückt, — auch muß man annehmen, daß zur Ausmittlung einer guten Amme der Auftraggeber sehr oft mehrere Vermittler gleichzeitig in Anspruch nimmt. Auch was die Stellengesuche betrifft, deren wir relativ sehr viele vermittelte haben, so ist da gleichfalls die Annahme zulässig, daß in Ammensachen der Vermittler (oder vielmehr die Vermittlerin) sich eher als sonst entschließt, mehrere Annoncen um eines einzelnen Falles willen einzurücken; denn nicht nur mag es hier für das Institut lohnend sein, durch verstärktes Annoncieren die Aufmerksamkeit der Arbeitgeber auf sich zu ziehen; sondern es mag auch von seiten der Stellesucherinnen, da es sich um besonders begehrte Posten handelt, mehr Hartnäckigkeit einerseits, mehr wählerische Auswahl andererseits üblich sein als in anderen Gewerben. Unter den Stellesucherinnen besserer und geringerer Schichten behaupten die Ammen gewiß eine Sonderstellung. Erwägt man das alles, so gewinnen die auffällig bemerkten Zahlen an Wahrscheinlichkeit.

Die vermittelten Annoncen für Hausbedienstete verteilen sich mit relativer Gleichmäßigkeit auf Intelligenzblatt und Generalanzeiger, doch im ersteren herrschen die Gesuche, im letzteren die Angebote durchaus vor. Die Frankfurter Zeitung ist begreiflicherweise nur mit geringen Zahlen vertreten; auch die Volksstimme spricht nur wenig mit.

Im Handelsgewerbe werden die bisher aufgedeckten allgemeinen Tendenzen des Stoffkreises bestätigt, die Einzelerscheinungen jedoch liegen anders als im Kreis der Hausbediensteten. Die Gesamtmenge der vermittelten Annoncen ist nicht groß, 1247 Stück, — das sind 9,1 % aller vermittelten Annoncen (neben 67,3 % bei den Hausbediensteten). An dieser Menge partizipieren die Frankfurter Zeitung und der Generalanzeiger, dieser mit etwa 8 mal so starken Zahlen als jene. In beiden Zeitungen sind Gesuche neben den Angeboten sehr

gering, mit weniger als 10 % vertreten, — eine Tatsache, die den im Ganzen differenzierteren Charakter des Handelsgewerbes gegenüber den Hausbediensteten bekundet. Auch im Detail läßt sich ein Ausdruck mehr oder minder starker Differenzierung zwar nur skizzenhaft angedeutet, aber doch einigermaßen klar erkennen; sowie wir im Ganzen auch die Erfahrung bestätigt sehen, daß die Arbeitsangebote gerade in jenen Gewerben meist am stärksten hervortreten, wo die Arbeitsgesuche entweder nur ganz schwach oder gar nicht vertreten sind. Betrachten wir zur Vergleichung das unmittelbare Zeitungsinserat, so sehen wir, daß dort die Empfangsdamen, Filialleiterinnen, Buchhalterinnen und Kassiererinnen ihre Arbeitsgesuche ausnehmend massenhaft vorbringen, nämlich zum mindesten ebenso massenhaft als die entsprechenden Arbeitgeber ihre Angebote, aber sie nehmen, soweit unsere Zahlen darüber sprechen, die Vermittlungsstellen weit weniger in Anspruch als jene. Sie scheinen damit nicht gerade Unrecht zu haben, denn unsere Aufnahme über persönlich vermittelte Arbeitsstellen (Tabelle 27) macht keineswegs den Eindruck, als würde von jenen Instituten ausnehmend viel gefördert: so zeigen sie z. B. 208 vermittelte Arbeitsstellen für Verkäuferinnen und Kontoristinnen, bei einer Zahl von vermittelten Angeboten, die ungefähr gleich groß, vielleicht gar noch größer ist. (Es sind auf Tabelle 26 unter 157 + 80 = 237 Angeboten jene für Buchhalterinnen mit hineingerechnet, die ja nicht mit Kontoristinnen gleichbedeutend sind.) Für Männer wurden 317 Arbeitsstellen vermittelt. Bei ihnen wie bei den weiblichen Angestellten zeigen die in Frage kommenden Zahlen, daß die stellenvermittelnden Institute — es sind hier fast ausschließlich gewerbliche Vereine, nicht Privatvermittler — zur Zeit unserer Aufnahme nicht genug entwickelt waren, um die Interessenten im Gros an sich zu ziehen, und zwar die Arbeitnehmer weniger noch als die Arbeitgeber: fast durchweg sind die unvermittelten Annoncen erdrückend an Zahl.

Im Gastwirtsgewerbe ist die private Stellenvermittlung sehr stark, so daß es in den Zeitungen verhältnismäßig schwach auftritt. So weit es dort vorkommt, läßt es die Gewichtigkeit des Vermittlereinflusses mehr als klar erkennen; auf 100 unvermittelte Annoncen kommen immer 32,2 vermittelte, also weit mehr als im Handelsgewerbe (2,41), weit mehr sogar als bei den Hausbediensteten (19,88). In den Einzelgewerben zeigt sich das verschieden stark, besonders finden wir interessante Relationen beim Angebot, während das Gesuch fast in demselben Maße wie im Handelsgewerbe (aber sicher aus andern Gründen) sehr zurücktritt und dadurch die tatsächlichen Verhältnisse

unklarer macht als sie das sonst schon sind. Und sie sind es bereits reichlich genug, wenn man sie nur vom Annoncenmaterial aus beobachten will. Nirgends sind sie so unklar als in der Gruppe des Gastwirtsgewerbes, eben weil diese Gruppe mehr als alle andern dem Vermittlereinfluß hingegeben ist; denn je stärker dieser Einfluß in einer Gewerbegruppe wirkt, desto weniger werden die Zahlen des Annoncenmaterials allein imstande sein, ein annähernd richtiges Bild der Arbeitsmarktverhältnisse in dieser Gruppe zu geben. Da müssen die Zahlen der stattgehabten Arbeitsvermittlungen helfend eingreifen, und wir sehen, daß die Zahlen, soweit sie gerade die vorliegende Gruppe betreffen, allerdings ein gründlich anderes Bild schaffen, als es aus den Annoncen zu gewinnen ist. Betrachten wir z. B. die Kellner! Da sind 339 vermittelte, 294 unvermittelte Arbeitsangebote, Allerdings würde schon aus diesen Zahlen der Schluß zuständig sein, daß die Privatvermittlung da eine weit wichtigere Rolle spielt als die Vermittlung durch die Presse. Diese 339 Stellenangebote sind nichts weiter als eine verlorene, in den Zeitungen versprengte Kunde von 4456 durch Vermittlungsinstitute geschehenen Arbeitsvermittlungen! Die Annoncen verraten das nicht; denn es könnte leicht sein, daß trotz der 339 unvermittelten Arbeitsangebote nur 200 und weniger tatsächliche Vermittlungen durch die Institute geschehen sind. So liegt z. B. der Fall mit Buffetfräuleins und Kellnerinnen. Da haben wir 482 Arbeitsangebote durch Vermittlung, und nur 176 vermittelte Arbeitsstellen! Ein annormales Verhältnis, möchte man sagen. Aber es erklärt sich wohl, wenn man beim Anschauen der unvermittelten Angebote bemerkt, daß die Arbeitgeber dieser Damen mit den Vermittlungsinstituten offenbar doch keine übermäßige Freundschaft pflegen, wohl aber den Weg der direkten Annonce eifrig betreten: neben jenen 482 vermittelten begegnen wir 3144 unvermittelten Arbeitsangeboten, — bei den Kellnern waren die letzteren weit weniger zahlreich als die ersteren! — Also das Annoncenmaterial für sich ist zwar in seinen Andeutungen über die tatsächlichen Arbeitsmarktverhältnisse nicht gerade trügerisch, wenn man den richtigen Weg der Vergleichung einschlägt; indessen tragen die Andeutungen einen wenig präzisierten Charakter, sobald das persönliche Vermittlerelement dazwischen spielt; sie bedürfen sehr der Ergänzung durch die Zahlen der persönlich vermittelten Arbeitsstellen.

In der Gruppe Kellner und Kellnerinnen muß es auffallen, daß — im Gegensatz zu den sonstigen Erfahrungen vom Arbeitsmarkt — die persönliche Vermittlung hier weit mehr die männliche als die weibliche

Arbeit umfaßt. Zum Teil wird dieses Verhältnis, wie wir schon sagten, durch die Vorliebe der Arbeitgeber der Kellnerinnen für das direkte Zeitungsinserat bewirkt. Aber eigentümlicherweise findet auch zwischen Köchen und Köchinnen (für Restaurant) dasselbe Verhältnis statt, ohne daß hier eine ähnliche Erklärung vorhanden wäre: Es sind hier 1119 Stellen für Köche, 333 für Köchinnen auf persönliche Vermittlung hin besetzt worden. Die Köchinnen sind aber, sowohl was die Gesuche wie die Angebote betrifft, in den direkten Annoncen $3\frac{1}{2}$ mal so stark vertreten als die Köche. Kann man daraus schließen, daß die letzteren einen weniger differenzierten oder weniger selbständigen Typus darstellen als die ersteren? Gewiß nicht; denn diese die Köchinnen, sind, was dem sehr widerspräche, in den vermittelten Stellengesuchen ziemlich viel stärker vertreten als in den unvermittelten. — Die Erklärung des Sachverhalts liegt diesmal in dem Umstande, daß die Restaurationsköche den Vorteil einer ausnehmend gut organisierten Stellenvermittlung durch Berufsvereine genießen und also nicht auf Privatvermittler angewiesen sind — ein Umstand, der übrigens auch die relativ geringe Anzahl von vermittelten Annoncen für Köche erklärt. Denn die größeren Vermittlungsstellen, je besser sie organisiert sind, um so weniger werden sie im Verhältnis zu ihrer gesamten Tätigkeit nötig haben, Arbeitgeber und Arbeitnehmer mit Hilfe der Tageszeitungen heranzuziehen. Je mehr eine Vermittlungsstelle ihre Tätigkeit spezialisiert und je umfangreicher und intensiver sie innerhalb der Spezialität arbeitet, um so unabhängiger wird sie von der Tagespresse sein; denn ihre Stützpunkte sind dann in höherem Maße die Fachpresse und die Korporationen.

Wir sehen eine interessante Bestätigung dieses Satzes auch bei den Arbeitern der Landwirtschaft und Viehzucht, wo uns 4068 vermittelte Arbeitsstellen entgegentreten, während die vermittelte Annonce nur ganz unbedeutende Ziffern zeigt; die unvermittelte tritt zwar viel stärker auf, aber doch noch sehr schwach im Verhältnis zur Zahl der vermittelten Arbeitsstellen.

Die drei Gruppen der Hausbediensteten, des Handelsgewerbes und Gastwirtsgewerbes umfassen, wie wir gesehen haben, den weitaus größten Teil der vermittelten Annoncen. Was dann noch bleibt, zersplittert sich auf sporadisch erscheinende Einzelgewerbe, und nur bei den Unterrichterteilenden und bei den landwirtschaftlichen Arbeitern finden sich noch geschlossene Mengen, die wir in Tabelle 26 aufgeführt haben. Auffallend erscheint die Vermittlertätigkeit für Unterrichterteilende, (allerdings nur für weibliche Personen), es wurden an Kinder-

gärtnerinnen und Hauslehrerinnen 210 durch persönliche Vermittlung plaziert; vermutlich stoßen wir da wieder auf die Tätigkeit eines Vereins, der sich die Stellenvermittlung in jener speziellen Arbeitsgruppe angelegen sein läßt; — den Sachverhalt positiv festzustellen ist uns indessen zur Zeit unmöglich, da wir diese Zeilen fern vom Ort unserer Erhebung niederschreiben.

— — — Hiermit endigen wir unsern Bericht über die vermittelten Arbeitsstellen und vermittelten Annoncen. Was die letzteren betrifft, so können wir noch im allgemeinen hinzufügen, daß die Schwankungen in den Annoncenzahlen durchaus den Kurven folgen, die wir in den Gesamtzahlen aller Annoncen fixierten. Sehr natürlich; denn die Gründe für oder gegen lebhaftes Annoncieren sind hier wie dort die gleichen, der persönliche Arbeitsvermittler annonciert natürlich auch vorwiegend in der Zeit, die seinen Annoncen Erfolg verspricht. — Ferner haben wir noch der Inserate kurz zu gedenken, die auf den Haupttabellen unter „Vermittlungsbureau allgemein" rubriziert sind und die als offene Reklameinserate für die betreffenden Bureaus auftreten. In der vorhin zitierten Tabelle G des Anhangs sind diese 642 Inserate der Einfachheit wegen unter die einzelnen Gewerbe verteilt, je nach der Art der Institute, die sich aus dem Wortlaut der Annonce ziemlich jedesmal klar ergibt. Ebenso wurden sie zwischen Angeboten und Gesuchen gleichmäßig verteilt, wie das ja im ganzen ihrem Charakter entspricht. Es empfahl sich nicht, die benannte Tabelle, deren Zweck in einer gedrängten Übersicht über sämtliche Annoncen bestand, durch spezielle Aufzählung dieser relativ unbedeutenden Kategorie zu überlasten, da überdem die Detailverhältnisse in den Haupttabellen der einzelnen Zeitungen niedergelegt sind.

In der „Kleinen Presse," die durch Strichelung erledigt werden mußte, ließ sich aus technischen Gründen das Herausziehen der vermittelten Annoncen nicht bewerkstelligen; von der „Volksstimme" gilt das Gleiche. Der relativ unbedeutende Fehlbetrag an vermittelten und Mehrbetrag an unvermittelten Annoncen, der auf diese Weise entstanden ist, konnte keine grundsätzliche Änderung in den allgemeinen Verhältnissen bewirken, welche wir sachlich festzustellen uns in der Lage sahen.

E. Über die Kostenfrage.

Im tabellarischen Anhang finden wir bei jeder Zeitung die Insertionskosten aufgerechnet, die dem von der Zeitung hergenommenen Annoncenmaterial entsprechen. Wir äußern uns im Anhangskapitel „Der Verlauf der Arbeit“ über das bei dieser Aufstellung angewandte Verfahren. Wir berühren dabei die verschiedenen Kostensätze pro Zeile, nicht nur bei den verschiedenen Zeitungen, sondern auch innerhalb der einzelnen Zeitung, soweit da Verschiedenheiten vorkommen.

Die Kostenfrage ist geeignet, Schlaglichter auf die Charaktere der Zeitungen zu werfen. Sie wird aber in diesem wie in anderen Punkten wesentlich nur dazu dienen, von einer neuen Seite die gleichen Tatsachen zu beleuchten, die in den vorigen Blättern durchweg zur Genüge erörtert wurden. Wir bringen hier fürs erste in kurzer Zusammenfassung eine Tabelle, in welcher die Beteiligung der einzelnen Zeitungen an den Gesamtkosten gegenübergestellt wird ihrer Beteiligung an den Annoncenzahlen.

(Texttabelle 28.)

Name der Zeitung	Anzahl der Annoncen	% aller Annoncen	Annoncenkosten positiv		% aller Kosten
			ℳ	₰	
Frankfurter Zeitung . .	31538	15,86	202192	20	46,65
Generalanzeiger	122445	61,85	141491	95	32,64
Intelligenzblatt	14264	7,17	9342	55	2,16
Kleine Presse	3626	1,82	3285	—	0,76
Volksstimme	733	0,37	585	40	0,13
Allgemeiner Anzeiger für Druckereien . . .	26248	13,20	76555	15	17,66

Die Prozentanteile auf der einen oder anderen Seite zeigen in den einzelnen Zeitungen viel stärkere Unterschiede, als daß der Grund

dafür lediglich in den verschiedenen Insertionskosten liegen kann. Vielmehr sind wir sofort genötigt, eine verschiedene Stärke der einzelnen Durchschnittsannonce bei den Zeitungen anzunehmen und damit auf die typischen Charaktere der Inserenten und Abonnenten überzugehen, auf ein Prinzip also, dessen Bedeutung in umfänglicher Weise zu erörtern wir schon mehrfach Gelegenheit nahmen. Es sei eine weitere Texttabelle hinzugefügt, in der die Zeilenzahl der einzelnen Durchschnittsannonce zum Ausdruck kommt. Bei dieser Tabelle haben wir das Intelligenzblatt ausgeschieden, bei dem eine derartige Durchschnittsberechnung wegen allzu starker Variation der Kostensätze nicht wohl durchführbar war. Auch die Kleine Presse blieb aus technischen Gründen weg. Ebenso wurden sämtliche, durch Vermittler aufgegebenen Annoncen nicht mit hineingezogeu, da sie wesentlich anderen und unbestimmteren Charakter tragen als die unmittelbaren, um deren typische Durchschnittsgestalt es uns vor allem zu tun ist.

(Texttabelle 29.)

Durchschnittszeilenzahl der einzelnen unmittelbaren Annonce.

Name der Zeitung	Arbeitsgesuch		Arbeitsangebot	
	männl.	weiblich	männl.	weiblich
Generalanzeiger	3,9	2,8	4,5	3,8
Frankfurter Zeitung	11,9	9,0	16,5	13,4
Volksstimme	3,1	2,7	5,7	4,4
Allgemeiner Anzeiger für Druckereien	4,3	—	9,2	—

Hier zeigen sich alle die vielfach erörterten Charakterunterschiede zwischen den einzelnen Zeitungen sowohl als auch innerhalb derselben zwischen Angeboten und Gesuchen, zwischen Annoncen von männlicher und von weiblicher Seite. Die Annonce des extensiveren Arbeitsmarkts hat mehr Zeilen, ist also sorgfältiger und ausführlicher abgefaßt als die des intensiveren Arbeitsmarkts; die Annonce des Angebots hat mehr Zeilen als die des Gesuchs, die Annonce von männlicher Seite mehr als die von weiblicher Seite. Alles, was über diese typischen Unterschiede zu sagen ist, wurde auf den früheren Blättern bereits gesagt. — Wir können es mit der einfachen Bestätigung von einem neuen Gesichtspunkte aus genug sein lassen.

Ebenso würde ein weiteres Durcharbeiten der Kostenfrage in Beziehung auf die einzelnen Berufe keine wesentlich neuen Gesichts-

punkte ergeben; die Durchschnittszeilenzahl der einzelnen Annonce müßte auch hier als das hauptsächliche Vehikel angesehen werden, das für diese ins Detail gehenden Ermittlungen Wert hätte. Soweit uns die Darstellung dieses Vehikels notwendig schien, haben wir an geeigneten Stellen (siehe das Kapitel „Die Zeitungen des Materials") damit operiert; ein weiteres Eindringen ins Detail, das zur völligen Durcharbeitung der Kostenfrage geführt hätte, ist nur in Ansätzen vorhanden, deren Lückenhaftigkeit ihre Publikation verbietet; ganz besonders schon deshalb, weil gerade die durch ihre großen Annoncenzahlen am stärksten ins Gewicht fallenden Zeitungen, der Generalanzeiger und die Frankfurter Zeitung, in dieser Beziehung weitaus am wenigsten durchgearbeitet werden konnten. Bei einigen kleineren Blättern bot das Verfahren der Strichelung, das wir dort anzuwenden gezwungen waren, für das Auszählen der Zeilenzahlen auch in den Einzelberufen eine relativ bequeme Handhabe dar; aber hier treten wiederum diese Einzelberufe mit gar zu wenigen Annoncen auf.

Nur für den Allgemeinen Anzeiger für Druckereien ist das nicht zutreffend, und da ohnehin dieses Blatt eine charakteristische Sonderstellung in unserm Material einnimmt, so fügen wir eine Aufzählung seiner Durchschnittszeilenzahlen in den einzelnen Berufen bei.

(Texttabelle 30.)

(Durchschnittszeilenzahlen pro Annonce in den Einzelberufen beim Allgemeinen Anzeiger für Druckereien.)

	Maler und Zeichner	Lithographen	Photographen	Setzer und Drucker	Korrektoren und Faktoren	Buchbinder	Redakteure	Reisende	Geschäftsführer	Vertreter	Buchhalter	Kontoristinnen	Expedienten
Gesuche	7,9	6,4	6,6	5,6	8,9	6,8	13,5	10,4	12,4	11,3	8,7	8,0	7,7
Angebote	14,2	9,2	10,0	3,8	11,9	7,9	10,6	13,3	17,8	17,8	11,5	8,0	10,8

Die entsprechenden Gesamtkosten zu dieser Texttabelle finden sich in der Anhangstabelle F 3. Das Arbeitsangebot wird pro Zeile mit Mk. 0,50, das Gesuch um $^1/_3$ billiger bezahlt.

F. Schlussbetrachtung.

Wir finden also in Frankfurter Blättern im Verlauf eines Jahres insgesamt 198 854 Arbeitsannoncen, die an Insertionskosten etwa 433 500 Mark betragen haben.

Eine stattliche Summe! Leider steht dem gegenüber keine Darstellung der praktischen Erfolge des vielen Annoncierens, die aber jedenfalls nicht ganz unbeträchtlich sein müssen, da die Inanspruchnahme der Tagespresse in dieser Richtung, soweit unsere Beobachtungen gehen, nicht im Sinken begriffen scheint. Dennoch führt uns die stattliche Summe da oben auf den Gedanken einer anderen Arbeitsvermittlungsweise, die bei derselben Zweckmäßigkeit weniger kostspielig und umständlich wäre, wie das heut übliche Annoncieren in politischen Journalen. Gewiß ist so eine Institution möglich. Ist auch der beträchtliche Rang, den die Journale zur Zeit im Wirtschaftsleben als Träger der Arbeitsvermittlung spielen, vollkommen berechtigt durch äußere Umstände und durch gewisse natürliche Vorzüge, die mit dem Wesen des Journals an sich verbunden sind: kann man deshalb also auch nicht annehmen, daß sie sich diesen Zweig ihrer Tätigkeit leicht werden entschlüpfen lassen, so ist das noch gar kein Grund, warum man nicht an Besseres denken sollte, zum kommenden Ersatz für das, was heutzutage gut heißen muß.

433 500 Mark! Sollte sich bei einem jährlichen Umsatz, der auch nur den dritten Teil dieser Summe erreichte, nicht ein praktisches Unternehmen betreiben lassen, das sich unter Verzicht auf alle sonstigen Zwecke einer Tageszeitung ganz allein auf Arbeitsvermittlung durch Annoncen legte? Man denke sich dies Unternehmen auf einen größeren Umkreis, Regierungsbezirk oder Provinz ausgedehnt, derart daß für dieses Gebiet die Arbeitsangebote und -Gesuche jeden Tages in einer übersichtlichen und immer gleich bleibenden Ordnung beisammen wären — ohne Zweifel müßte ein solches Organ begründete Aussicht haben, sich zu behaupten. Und nicht nur das; es könnte auch dem Zweck der Arbeitsvermittlung gründlicher und wirksamer dienen als das politische Journal, das lange nicht mit der gleichen Ausschließlichkeit sich diesem Einzelzweck anpassen und hingeben darf. Es wäre für dieses Organ ungleich leichter als für die politische Tageszeitung, die vollkommenste Ordnung und Uebersichtlichkeit in seinem Material

zu beobachten und so dem Interessierten viel Zeit zu sparen. Arbeitsangebote und Arbeitsgesuche für sich genommen, in beiden Kategorien eine Anzahl deutlich markierter Abteilungen für die einzelnen Gewerbe gebildet, welche an jedem Tage in der gleichen Reihenfolge auftreten müßten (soweit sie überhaupt gerade vorkommen) und die vielleicht nach den Gewerbegruppen der Reichsstatistik aufzustellen wären. — Dies könnte in großen Zügen das äußerliche Einteilungsschema abgeben. Innerhalb der einzelnen Berufsgruppen dann noch bestimmte Ordnungen einzuführen wie z. B. alphabetisch nach den Städten und Ortschaften, wo Arbeit angeboten oder anzunehmen gewünscht wird, soweit Angaben darüber vorliegen — dies und anderes in der Ordnung im Kleinen würde sich durch die Erfahrungen im laufenden Betrieb ergeben.

Wir denken dabei selbstverständlich an eine gemeinnützige Institution, die nicht auf dem Zweck beruht, je mehr je lieber Ueberschüsse abzuwerfen, sondern auf gemeine Kosten des Landbezirks, dem sie dienen soll, geschaffen und betrieben wird. Natürlich würden auf diese Weise die Annoncenkosten niedriger als je bisher gesetzt werden können, sogar gesetzt werden müssen, wenn die Sache Zweck haben, das Unternehmen in Blüte kommen soll, obwohl — conditio sine qua non — die Annoncenkosten seine einzige natürliche Unterhaltsquelle darstellen müßten und an Einnahmen durch Verkauf der Drucknummern nicht gedacht werden darf. Vielmehr ist es ein organisatorisches Hauptmoment für das Unternehmen, daß der Verbreitung des Blattes die weitesten und bequemsten Kanäle geöffnet werden und seiner leichten Erreichbarkeit für Jedermann nichts im Wege steht. Es müßte gratis ausgelegt werden auf den Poststationen und Bürgermeistereien kleinerer Orte, auf den Polizeibureaus, in Lesehallen und Volksbibliotheken größerer Städte, in allen vorhandenen Arbeitsnachweisämtern, in den Wartesälen aller Bahnhöfe.

Damit würde mindestens dem Bedürfnis der Arbeitnehmer gedient; den Arbeitgebern, die sich nicht immer die Zeit lassen werden, nach einem der oben bezeichneten Orte zu gehen und Nachschau zu halten, wäre das Blatt gegen Erlegung der Zustellungsgebühr regelmäßig zu schicken. Von der Sorgfalt der Einrichtung, der zuverlässigen Regelmäßigkeit des Betriebes würde dann wohl allein die Zweckdienlichkeit und der Erfolg des Blattes abhängen. Widerstände von irgend einer Seite, z. B. von den Arbeitgebern zu befürchten, wäre ein Aberglaube, der den Versuch nicht hindern darf; sind doch die städtischen Arbeitsnachweise auf dem besten Wege, trotz allen Bedenken, die ihnen vorgehalten wurden, ihrem Zweck mehr und mehr Genüge zu tun. Auch ist die Konkurrenz der Zeitungen ein wenn auch fürs Erste schweres, aber keineswegs unüberwindliches Hindernis. Wer sagt denn, daß die Zeitungen fort und fort in dieser Bahn des öffentlichen Einflusses bleiben müssen, die sich ihnen im Lauf der letzten Jahrzehnte erschloß. Ja wer sagt's auch nur, daß der heutige Typus der öffentlichen Tageszeitungen dauernd haltbar ist. Nichts spricht dagegen und manches dafür, daß er Veränderungen erleiden

wird, Veränderungen, die sich teilweise jetzt schon vollziehen. Es käme auch, wenn man diese Konkurrenz in Betracht zieht, wie uns scheint, alles auf die größere Brauchbarkeit des Organs an, von dem wir sprechen. Größere Brauchbarkeit, billigere Benutzung, das sind die Zaubereien, die den geschäftlichen Erfolg beherrschen und ihre Kraft nie verleugnen können. Geht es fürs Erste nicht ohne Opfer ab, so muß der gemeinnützige Zweck und die Aussicht auf das schließliche Durchdringen eines Prinzips, für dessen Lebensfähigkeit alles spricht, diese Opfer des Anfangs tragen können; aber es ist nicht ausgemacht, daß es überhaupt auf nennenswerte Opfer ankommen wird — eine Frage deren Entscheidung ohne den Versuch nicht gefällt werden kann.

Gehen wir einmal weiter. Nehmen wir an, daß in Deutschland 25—30 solcher Organe, nach ganz einheitlichem Muster geleitet, gewissermaßen die Arbeitsvermittlung für das ganze Reich besorgten. Diese 25—30 Organe würden ein jedes die Annoncen seines Kreises aufnehmen. Ein Zentralorgan würde geschaffen zur Aufnahme solcher Annoncen, von denen nicht gewünscht wird, daß ihre Verbreitung innerhalb eines gewissen Kreises bliebe. An der Verwaltungsstelle eines jeden solchen Organs ginge jeden Morgen vom Zentralorgan und von seiten aller Schwesterorgane eine Anzahl Drucknummern des laufenden Tages ein, von denen 2 Stück zur öffentlichen Einsicht ausgelegt würden. Jedes Kreisorgan besorgte außerdem nach Wunsch auch Annoncenaufträge an das Zentralblatt oder an ein anderes Kreisorgan sowie private Abonnements auf eins dieser Blätter, kurz es wäre ein in jeder Beziehung hinreichender Kontakt zwischen den gemeinnützigen Arbeitsvermittlungsorganen hergestellt und mit jedem Tage die erreichbare Möglichkeit eines Überblicks über die Lage des Arbeitsmarkts im ganzen Reiche geschaffen. Würde nicht eine solche Organisation den Interessen der Arbeitsregulierung auf ungleich bessere Weise dienen als das heutige unendlich zerstückelte und zerstreute System, oder vielmehr die völlige Systemlosigkeit, womit Anfrage und Angebot auf dem Arbeitsmarkt in der Tagespresse erfolgt? Es würde billiger, übersichtlicher und im Inhalt von einer Vielseitigkeit sein, die bei alleiniger Inanspruchnahme der Tagespresse niemals annähernd ebenso oder ähnlich erreicht werden kann.

Zwar läßt sich nach der Art unserer heutigen Berufs- und Gewerbeteilung annehmen, daß eine Anzahl von Gewerben sich fürs erste noch fernhalten würden. Besonders die spezialisierten Gewerbe, denen vor allem an einer möglichst weiten Verbreitung ihrer Inserate liegen muß und die also nicht ihre Rechnung finden würden, solange nur einige Bezirks- und Privatorgane existierten, nicht aber das Zentralorgan. Dieser Ausfall würde sich naturgemäß mit dem Anwachsen des Unternehmens verlieren. Ferner würden wahrscheinlich höhere Berufszweige zunächst auf längere Zeit hinaus wegfallen, die ein äußerst zwingendes Interesse hätten, sich nur mit fachmäßig beschränkten Zeitungsunternehmungen zu befassen. Das wären großenteils jene, die auch heute schon lieber in wöchentlich als in täglich erscheinenden Zeitungen annoncieren. Bei dem gemeinnützigen Charakter

des Unternehmens müßte man jedoch ohnehin darauf bedacht sein, daß seine Vorteile in erster Linie für die breiten Schichten der niederen Gewerbe zur Geltung kommen, — ein Umstand, der die Verbreitung des Unternehmens über alle Gewerbe an sich ja nicht ausschließt. Ohnehin stellen jene distinguierteren Gewerbe, die fürs erste nicht zu rechnen wären, zum ganzen Annoncenmaterial das positiv geringste Kontingent; im höchsten Grade überwiegend treten dagegen die Gewerbe der niederen Schichten auf, in denen der Wechsel zwischen Bedarf und Angebot ungleich rascher vor sich geht, von weniger schwierigen Bedingungen abhängt als bei jenen; und eben diese Schichten bedürfen am ehesten einer nennenswerten Herabsetzung der Annoncenkosten, an ihnen muß sich alles in allem am klarsten der sozialpolitische Fortschritt der Institution bezeugen.

Es wird in diesem Zusammenhang von Interesse sein, mit einigen Worten jener bereits existierenden Institutionen zu gedenken, die nach Zweck und Betriebsweise sich den von uns vorgeschlagenen annähern. Es sind das die staatlich-postalischen Arbeitsvermittlungsbögen in Luxemburg und die Vakanzenlisten der städtischen Arbeitsvermittlungsstellen in süddeutschen Ländern.

Das Luxemburger System befindet sich im Zusammenhange mit dem Postbetrieb auf folgende Weise: Der Arbeitgeber, der eine Arbeitskraft einzustellen, oder der Arbeitnehmer, der sich zu plazieren wünscht, richtet eine entsprechende schriftliche Kundgebung an das nächste Postamt, z. B. „Schreinermeister Fichart in Hainingen verlangt einen Gesellen, der längere Zeit in größerem Betriebe auf Stilmöbel gearbeitet hat." Diese Kundgebungen gehen sofort aufs Hauptpostamt in Luxemburg, sie werden dort auf systematische Weise stilisiert, nach den Gewerben geordnet und zweimal die Woche auf großen Aushängebögen veröffentlicht, die in allen Postanstalten, in Bürgermeistereien u. s. w. jedermann frei zur Einsicht gestellt sind. Der Interessent wendet sich nun selber an den Einsender, dessen Name und Adresse auf dem Bogen bekannt gegeben sein muß. Ist der Wunsch des Einsenders durch einen zustande gekommenen Abschluß erfüllt, so hat er das dem Postamt mitzuteilen, damit sein Name und Anliegen im nächsten Aushängebogen wegbleibt. Im übrigen findet die Aufnahme aller dieser Inserate gebührenfrei statt; wie man sagt, soll sich das Unternehmen für den Staat rentieren durch den vermehrten Gebrauch von Briefmarken. Die Eingabe des Inserats und die Mitteilung des geschehenen Abschlusses muß nämlich mittels Vordruckpostkarten geschehen, die gratis verabfolgt werden, deren postmäßige Freimachung aber erforderlich ist. Wird die Meldung des geschehenen Abschlusses vom Inserenten versäumt, so hat das den Ausschluß des Säumigen von der weiteren Inanspruchnahme der Institution zur Folge.

Alles in allem scheint dieses System für die Luxemburger Bedürfnisse auszureichen, jedoch dürfte seine Uebertragung in der jetzige- Form auf größere Staatswesen nicht angängig sein, besondern wegen der Bedingung, daß der Inserent Namen und Adresse angeben muß.

Die öffentlichen Vakanzenlisten der städtischen Arbeitsvermittlungsstellen Süddeutschlands zeigen eine weit größere Fähigkeit zu extensiver Anwendung; das erkennt man aus den gemeinsamen Aktionen, die von Elsaß-Lothringen, Baden, Württemberg und der bayerischen Pfalz betrieben werden. Jeder dieser Staaten gibt zweimal die Woche eine Liste der offenen Arbeitsstellen heraus, enthaltend alle bei sämtlichen städtischen Arbeitsnachweisen des Landes angemeldeten offenen Arbeitsstellen, soweit deren Besetzung nicht durch den örtlichen Zufluß von Arbeitskräften geschehen konnte oder etwa in nächster Zeit geschehen kann. An einer Zentralstelle für das Land, z. B. in Straßburg für Elsaß-Lothringen, laufen zweimal wöchentlich von allen städtischen Arbeitsnachweisen des Landes die Bekanntgebungen dieser offenen Stellen ein. Von der Zentralstelle aus wird alsbald ihre Veröffentlichung in einem großen Formular bewirkt, das nach alphabetischer Ordnung die Berufe detailliert und übersichtlich vorführt und zugleich die städtische Nachweisstelle ersehen läßt, wo die offene Stelle gemeldet wurde. Man kann die Liste bei den Nachweisstellen und auf den wichtigeren Bahnhöfen einsehen, ferner bei den Bürgermeistereien kleinerer Orte, soweit das gewünscht wird. Auch findet nach Kräften ihre Veröffentlichung in den Zeitungen des Landes statt. — Der vorhin erwähnte Zusammenschluß zwischen Baden, Elsaß-Lothringen, Württemberg und Pfalzbayern bringt einen Austausch dieser Vakanzenlisten mit sich, so daß die Listen aus den benannten Ländern in sämtlichen städtischen Nachweisstellen ihrer Gebiete zur öffentlichen Bekanntgebung ausgehängt werden können. Selbstverständlich geht damit der freieste Austausch von Arbeitskräften Hand in Hand, der noch besonders durch Abkommen mit den Eisenbahnverwaltungen erleichtert wird, wonach die mit einer Bescheinigung von den Arbeitsnachweisen legitimierten Arbeiter die Fahrt zur neuen Arbeitsstelle zum halben Fahrpreis machen können, wenn die Entfernung über 25 Kilometer beträgt.

Man geht mit der Absicht um, außer dem Verzeichnis der Vakanzen auch ein Verzeichnis der Arbeitsgesuche zu veröffentlichen, wobei allerdings sich der Zweckmäßigkeit dieser Veröffentlichungen weit größere Bedenken entgegenstellen, als das etwa beim Luxemburger System der Fall ist. Denn bei dem letzteren kommt es lediglich darauf an, die Arbeitsuchenden und Arbeitanbietenden aufeinander zu verweisen und ihnen das weitere selbst zu überlassen; während die städtischen Arbeitsnachweisstellen das Verfahren der Veröffentlichung vor allem als ein Mittel betrachten, das ihre Wirkungen auf ein extensives Gebiet verbreiten soll und das in höherem Maße als die rein lokale Tätigkeit geeignet ist, einen Ausgleich von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt herbeizuführen. Die wesentliche Tätigkeit der Arbeitsnachweise besteht ja darin, daß sie nach Kräften versuchen, Arbeitgeber und Arbeitnehmer möglichst so zueinander zu bringen, wie sie zu einander passen. Auch die Vakanzenlisten, die zur Veröffentlichung gelangen, sind grundsätzlich diesem Gedanken untergeordnet; daher denn der Interessent, der sich ihrer bedient, nur mit

Hilfe der Arbeitsnachweisstelle zu einer der als frei gemeldeten Arbeitsstellen gelangen kann.

Dieses System ist schon nach seinem bisherigen Ausbau imstande, nicht nur die Stellenvermittlung für niedere Erwerbsschichten, sondern auch für kompliziertere Gewerbe zu übernehmen, und seine Wirkungen erstrecken sich daher schon jetzt über die deutschen Grenzen hinaus. Auch dürfte seine Entwicklung vorderhand noch nicht abgeschlossen sein. In der Organisation der Nachweisstellen selbst hat es den bedeutenden Rückhalt einer gesammelten Intelligenz, einer erhöhten Ausnutzungsfähigkeit der Verkehrsverhältnisse und endlich einer beständigen Orientierung in der Arbeitslage, wie sie dem einzelnen schwer möglich ist.

Anhang.

Der Verlauf der Arbeit.

1. Allgemeines.

Diese Arbeit entstand unter dem traurigen Zeichen winterlicher Arbeitsnot.*) Es war eine doppelte Aufgabe, die ich im Januar 1902 übernahm: eine wechselnde Zahl von Arbeitslosen zu beschäftigen, und dann diese spontan und irregulär hervorgerufene Tätigkeit in praktisch gebrauchsfähige und wissenschaftlich verwertbare Form zu bringen. Der erste Teil gab nicht weniger zu bedenken als der zweite. Denn die Arbeitslosen, die sich im Bureau zusammenfanden, entstammten verschiedenen Schichten und Ständen und ihre Arbeitsleistungen waren von sehr verschiedenem Werte — zu Unverträgnis war genug natürlicher Stoff da. Dann gab es unter meist Arbeitswilligen auch einige, die vermutlich nie ernsthaft gearbeitet hatten und erst, nachdem man ihre schlechte Gewöhnung erkannt, zur Gewissenhaftigkeit erzogen werden mußten. Es gab andere: gutwillig, aber höchst unvermögend, etwas richtig zu tun; und einige Halbinvalide, die, im Bureaudienst ergraut, hier eine vorübergehende Erwerbsmöglichkeit wahrnahmen; andere, deren Brauchbarkeit ganz davon abhing, in wie weit sie sich beobachtet fühlten. Es erschien der bekannte Typus: brauchbar den Kräften nach, unbrauchbar nach dem Charakter.

Sie alle sollten nach ihren Fähigkeiten beschäftigt, gemeinsam schaffend zusammengehalten werden. Ihnen sollte geholfen werden, über die Schäden der arbeitslosen Zeit hinwegzukommen. Der letztere sehr obligate Gesichtspunkt hinderte einen schnelleren Fortgang der Arbeit, insofern er minderwertige, retardierend wirkende Kräfte relativ begünstigte. Ein neu Eingetretener, der die ersten ihm übertragenen Arbeiten schlecht besorgte, konnte natürlich nicht allsogleich verabschiedet werden. Man bedenke dazu die höchst einseitige Vorbildung der meisten Gewerbtreibenden unserer Zeit. Zu einer noch so einfachen, aber ungewohnten Aufgabe gewinnen sie nur mühsam Verhältnis. Doch machte ich wohl die Erfahrung, daß wiederholte ruhige Hinweise einen unbrauchbaren Arbeiter in einen brauchbaren verwandeln. Der Betrieb konnte ohne scharfe Strafmittel auf glatter Bahn gehalten werden.

*) Vergl.: „Der Notstandsausschuß der Centrale für private Fürsorge in Frankfurt a. M., Winter 1901/02. Bericht, erstattet von Dr. Chr. J. Klumker. Selbstverlag der Centrale f. priv. Fürs."

Mißlich ist aber bei solchen Unternehmungen immer der Umstand, daß fast alle Arbeitswilligen, wenn sie in das für Arbeitslose eingerichtete Bureau aufgenommen werden, von ihrer gewohnten Lebensweise zurückgekommen und in ein Stadium allgemeiner Unsicherheit eingetreten sind. Wochenlange vergebliche Arbeitsuche, unzureichende Ernährung, vorausgegangene Krankheit usw. haben die Gemüts- und Geistesbeschaffenheit manches sonst sehr tüchtigen Menschen verschlechtert. Auch hören die Sorgen mit dem Eintritt in das Bureau ja nicht auf.

Es gelingt den meisten schwer, die gewohnte Lebensweise zu verlassen oder ihre Ausgaben auf einen Etat herabzustimmen, der meist niedriger sein muß als ihr früherer Etat war. Sie sind außerdem auch während ihrer Zugehörigkeit zum Bureau genötigt, nach Arbeit Umschau zu halten, und so kommt eine gewisse Unregelmäßigkeit in den technischen Bureaubetrieb und in die Arbeitsgewöhnung einzelner Leute hinein. Das ist deprimierend und schafft Nachteile, die ihre tiefen Schatten auf die Arbeit werfen. Zudem hat gerade der statistische Teil der Arbeiten eines solchen Bureaus gegen Vorurteile zu kämpfen, die nach meiner Erfahrung äußerst schwer zu beseitigen sind. Vor kurzem hörte ich einen Berufsstatistiker über die Hilfsarbeiter klagen, die alle sich nicht entschließen können, an einen Zweck zu glauben, den statistische Erhebungen haben sollten. Ich pflichte ihm mühelos bei — meine Erfahrungen bestätigen seine Klage. Ein Unternehmen, das sich auf wissenschaftlichen Boden begibt und nicht Vorteile hat, die in vierzehn Tagen oder drei Wochen hervortreten, läuft Gefahr, in den Verruf der Zwecklosigkeit zu kommen. Dieser Mißstand, bedauerlich an sich, fällt mit doppelter Schwere ins Gewicht, wenn er sich mit den sonstigen ohnehin schon ungünstigen Bedingungen vereinigt, die ein Unternehmen von unserer Art zu überwinden hatte.

Die umfangreichste Arbeit des Bureaus ist der vorliegende „Arbeitsmarkt in der Presse“. Außerdem wurde im Winter 1902 eine Statistik der leerstehenden Wohnungen in Frankfurt a. M. und eine Aufnahme über die Patienten der Ruppertshainer Lungenheilstätte veranstaltet. Im Winter 1903 nahm eine Arbeitslosenzählung das Personal stark in Anspruch. Eine Erhebung über die gemeinnützigen Wohnbauten Frankfurts gesellte sich dazu. Außerdem gab es eine Menge Gelegenheitsarbeiten: Adressenschreiben, Kopieren, Formulare, Versendungen von Briefen und Broschüren in großer Zahl usw., so daß von dem verausgabten Gelde etwa ein Drittel auf den „Arbeitsmarkt“ fällt, nämlich ca. 10—11000 Mk. Unter normalen Arbeitsverhältnissen würden, schätze ich, die Kosten zwei Drittel so groß sein. Freilich läßt sich das schwer beurteilen.

Die Bezahlung pro Kopf und Stunde schwankte zwischen 35 und 50 Pf. nach Art der Beschäftigung und Qualität der Leistung. Im Anfang wurde allerdings ein Normativsatz in Betracht gezogen, der absolut und in jedem Falle gelten sollte — gleichviel welcherlei Arbeit dafür geleistet würde. Schreibstuben, auf gemeinnütziger Grundlage errichtet, hatten als Muster vorgeschwebt. Sicher kann diese Bestimmung Vorteile haben, wenn es um wesentlich gleichbleibende Arbeiten zu tun

ist, wie bei jenen Instituten, die auf Adressenschreiben und Formularkopien zugeschnitten sind. Sie brauchen die Lohnsätze ja nicht auf die Stunde, sie können sie auch auf das Hundert anwenden. Aber ein Unternehmen wie die Untersuchung des Arbeitsmarktes in der Presse, in dem sich Arbeiten von sehr verschiedener Art und Schwierigkeit finden, erforderte notwendig variable Lohnsätze, in denen sich der variierte Charakter der Arbeit innerhalb gewisser Grenzen widerspiegelt. Diese Forderung umgehend, würde man die Schwierigkeiten des Unternehmens bedeutend vergrößern, die ohnehin unter den bewußten Umständen schon groß genug sind.

Das Bureau war im Betrieb vom 17. Januar bis 30. April 1902, ferner von Ende November 1902 bis 15. Mai 1903. Nach dem 15. Mai beschäftigten wir noch 5—6 Mann bis Ende September 1903. — Der umfangreiche Stoff konnte nicht durch das Verfahren der Strichelung genügend bewältigt werden. Wir hätten dabei auf die genaueren Details, sowie zum Teil auf die Kostenberechnung der Annoncen verzichten müssen. Auch hätte sich das ungeschulte Personal damit schwer zurechtgefunden, fürchte ich. Kleinere, d. h. an Annoncen weniger reiche Zeitungen haben wir allerdings mit der Strichelei bewältigt.

---

2. Begriff des Arbeitsgesuches und des Arbeitsangebotes.

Die Begriffe „Arbeitsangebot“ und „Arbeitsgesuch“ erscheinen in der Theorie klar. Die praktische Aushebung unseres Materials erforderte jedoch bestimmte Begrenzungen dieser Begriffe. Als *Arbeitsgesuch faßten wir jede Annonce auf, in der direkte persönliche Arbeitsleistungen, die nach Vereinbarung oder nach gebräuchlichen Sätzen bezahlt werden, einen Abnehmer oder Interessenten suchen;* der letztere kann eine Einzelperson, kann auch ein Institut (Schule, Aktiengesellschaft usw.) sein. Die angebotene Arbeitsleistung dagegen ist persönlich umgrenzt; das *Persönliche* der Arbeitsleistung ist ausschlaggebend. Es scheiden also Annoncen aus, in denen eine *durch Gesamtleistung mehrerer Personen* dargestellte Arbeit ihre Abnehmer sucht, z. B. wenn eine Schule irgend welcher Art Schüler heranziehen will, oder wenn die Wach- und Schließgesellschaft ihre aus einem organisierten Zusammenarbeiten mehrerer Personen hervorgehenden Dienste den Interessenten empfiehlt usw. Solche Annoncen wurden *nicht* als Arbeitsgesuche behandelt. Ferner solche nicht, in denen es sich um eine Arbeit handelt, die nicht mit Geld oder Geldeswert bezahlt werden soll, z. B. fremdsprachlicher Unterricht auf Gegenseitigkeit, zum Unterschiede von Unterricht oder Nachhilfestunden gegen Bezahlung oder Naturalentschädigung, teilweise freie Pension usw., welches letztere gleich Geldeswert ist.

Im allgemeinen mußten wir den Begriff „Arbeitsgesuch“ aus der formellen Fassung der Annonce ableiten, doch war die Grenze manchmal schwer zu ziehen und mußte nicht selten von Fall zu Fall erörtert werden. In zweifelhaften Fällen handelte es sich meist um Unterscheidung zwischen Arbeitsgesuch und Geschäftsanzeige. Diese beiden Typen der modernen Annonce fließen zuweilen so ineinander, daß die formelle Fassung als Grenzbestimmerin nicht mehr ausreicht und andere Unterscheidungen Platz greifen müssen.

Man betrachte diese drei Inserate:

1. Tüchtiger Friseurgehilfe sucht dauernde Arbeitsstelle bei mäßigen Ansprüchen usw.
2. Friseuse außer dem Hause hat noch Tage frei.
3. Haarschneiden 20 Pf., Kinder 10 Pf., Shampoing, Kopfwaschen, Abonnement zu kulantesten Bedingungen bei X. Y., . . . str. 4.

Daß alle drei Inserenten im Grunde genommen ein und dasselbe tun, dürfte klar sein: sie suchen Abnehmer für ihre Arbeitsleistung. Wie haben aber wir sie zu behandeln? Nr. 1 ist ohne weiteres als Arbeitsgesuch zu betrachten; Nr. 2 gleichfalls, denn wenn auch die Form, genau genommen, nur eine Mitteilung und nicht wörtlich ein Arbeitsgesuch darstellt, so ist das doch nur auf Usance zurückzuführen. Niemand liest die Annonce anders, als wenn sie lautete: „Friseuse sucht für einige Wochentage Arbeit“ oder so ähnlich. Nr. 3 dagegen fällt aus dem Rahmen und kann bei uns nicht mehr als Arbeitsgesuch figurieren. Die Form gleicht so sehr der gebräuchlichen Geschäftsanzeige, daß unsere Praxis sie von dieser nicht unterscheiden darf. Sie ist Geschäftsanzeige, genau so wie etwa die Annonce des Restaurateurs, der seine Spezialität anpreist u. dergl. Wir weisen sie also zurück. Mitentscheidend für dies Verfahren ist allerdings schon für sich der Umstand, daß hier nicht mehr die Leistung eines Einzelnen in Rede steht, sondern die Leistung eines Geschäftsunternehmens, in dem, wenn nicht sicher, so doch sehr wahrscheinlich mehrere Kräfte zusammenwirken. Es ist technisch durchaus nötig, auf diese Weise zu unterscheiden. Nichtsdestoweniger macht es Schwierigkeiten. Wohl findet sich's, daß diese auf der Grenze liegenden Annoncen noch verwischter in der formalen Abfassung sind als die angeführten Beispiele es zeigen.

Beim Arbeits*angebot* sprechen solche Zweifel weniger mit; es ist in sich selber klarer begrenzt als das Arbeitsgesuch. Denn kaum wird man je in der Lage sein, ein *Geschäft* oder *Institut*, dem man eine Arbeit übertragen will, durch die Zeitungen ermitteln zu müssen. Wir können also über diesen Punkt leicht hinweggehen und uns dem Verlauf der Arbeit selber zuwenden.

---

3. Aushebung und erste Ordnung des Materials.

Der einzelne Mann bekam ein Tagesexemplar der betreffenden Zeitung; er schnitt die Annoncen aus und klebte jede einzeln auf einen Zettel. Standen die Annoncen zweiseitig im Blatt, so wurde, eine Seite durch Abschreiben erledigt. Die Annoncen eines Tages derart auf Zetteln gesammelt, geteilt in Arbeitsangebote und -gesuche, sowie nach den Geschlechtern, jeder Teil umfaßt von einem Papierstreifen mit der nötigen Aufschrift (z. B. Generalanzeiger 1. Mai 1901, Arbeitsgesuche männlich 98 Stück) — sie übernahm ein Mann zur Stempelung. Es kam die nötige Bezeichnung auf jeden einzelnen Zettel, etwa so: „Generalanzeiger 1. Oktober 1900. Angebote männlich." — Hierauf Scheidung in unmittelbare und durch Vermittler aufgegebene Annoncen. Das gab im ganzen 13 Päckchen von jedem Tag:

1. Unmittelbare Angebote männlich, 2. weiblich, 3. fraglich; 4. desgleichen Gesuche männlich, 5. weiblich, 6. fraglich; 7. durch Vermittler eingerückte Angebote männlich, 8 weiblich, 9. fraglich; 10. desgleichen Gesuche männlich, 11. weiblich, 12. fraglich. Ein dreizehntes Päckchen „Vermittlungsbureaus allemein" enthält Annoncen, in denen sich diese Institute empfehlen, ohne bestimmte Stellen oder Arbeitskräfte anzubieten. — Die Annoncen einer Zeitung und eines Monats, so geordnet, wurden in einen Ballen zusammengepackt, nachdem die Zahlen z. B. vom Generalanzeiger für Oktober in einer Tabelle in dieser Art notiert waren:

Statistik des Arbeitsmarkts in der Presse — Frankfurt a. M.

Generalanzeiger.

Datum	Arbeitsgesuche									Arbeitsangebote										
	unmittelbar				durch Vermittl.					unmittelbar				durch Vermittl.						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1900 Oktober	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	Summe aller Gesuche	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	Summe aller Angebote	durch Vermittl.-Bur. allgemein	Total per Tag

Zu den zwölf Tabellen, die solcherart pro Zeitung und Jahrgang entstanden, gesellte sich eine dreizehnte, die Zahlen des ganzen Jahres zusammenfassende Tabelle.

Im weiteren Verlauf der Arbeit sahen wir uns genötigt, die kleine Rubrik „Geschlecht fraglich" aufzulösen und ihre Annoncen in die großen Rubriken „männlich" und „weiblich" überfließen zu lassen; denn die Komplikation, die diese Rubrik veranlaßte, stand in gar keinem Verhältnis zu ihrer Bedeutung und Stärke. Wo es sich um ein Ehepaar handelte, stellten wir die betreffende Annonce unter „männlich" ein. Wurden sonst männliche und weibliche Kräfte in der gleichen Annonce gesucht oder angeboten, z. B. Diener und Hausmädchen, so war die zuerst stehende Bezeichnung maßgebend für die Unterbringung des Inserats.

Nach dem anfänglichen Plan sollten zwei Jahrgänge der größeren Frankfurter Blätter bearbeitet werden. Das ließ sich jedoch nicht durchführen, wir mußten uns mit dem Jahrgang Oktober 1900 bis September 1901 begnügen. Bevor diese unwillkommene Notwendigkeit klar zu Tage trat, waren größere Bruchstücke eines zweiten Jahrganges schon bis etwa zu dem Punkte gediehen, bei dem die bisherige Darstellung des Arbeitsverlaufes stehen blieb.

In der Bearbeitung folgte nun die Kostenberechnung; sie verbleibt zunächst innerhalb der eben benannten 13 Rubriken pro Tag und ergibt auf gleiche Weise 13 Tabellen pro Jahr und Zeitung: wir haben bisher im ganzen, wenn wir nur die drei annoncenreichsten Zeitungen und von ihnen das eine Jahr 1900/01 rechnen, 2 × 39 Tabellen. Der Kostenberechnung geht natürlich die Zählung der Zeilen voraus; Zeilenmesser sind leicht zu beschaffen oder herzustellen. Bei größeren Annoncen muß die ausgemessene Zeilenzahl, bei allen Annoncen aber der Preis untenhin auf den Zettel geschrieben werden. Die nicht aufgeklebten, sondern geschriebenen Annoncen, von denen wir bereits sprachen, trugen den Vermerk der Zeilenzahl schon von der Hand des Abschreibers her. Der Kostensatz pro Zeile ist, was man fortwährend beachten muß, variabel je nach der Zeitung und dem Charakter der Annonce und ob die letztere von Frankfurt oder von auswärts her aufgegeben ist. Im Generalanzeiger werden Angebote und Gesuche pro Zeile gleichmäßig mit 25 Pf. bezahlt, soweit sie nicht von auswärts kommen; die auswärtigen sind um 10 Pf. die Zeile teurer. Im Oktober, November, Dezember 1900 gelten noch die alten Sätze, 20 Pf. für hiesige, 30 Pf. für auswärtige Annoncen. Das Intelligenzblatt berechnet aber ganz anders, nämlich offene Stellen mit 15, Arbeitsgesuche mit 10 Pf. die Zeile, alle auswärtigen jedoch mit 20 Pf., desgleichen alles was Unterricht betrifft, sowohl Arbeitsangebote wie -gesuche. Die Kostenberechnung machte am meisten Schwierigkeit. Unter 30 Leuten gab es im Durchschnitt kaum 3—4, die zuverlässig addierten.

Die nächste Etappe der Arbeit ist die Scheidung in Berufe, und zwar vorerst in Berufsgruppen. Die 25 Gruppen der Reichsstatistik dienen als Grundlage. Je 3—4 Mann übernehmen das Zettelmaterial eines Monats, um es nach den 25 Gruppen zu sortieren. Alle durch Vermittler aufgegebenen Annoncen scheiden vorläufig aus. Die Einreihung in die Gruppen geschieht nicht nach dem Beruf des Inserenten, sondern nach der Beschäftigung, die er sucht; so wird z. B.

ein junger Kaufmann, der in seinen Mußestunden Schreibarbeit übernehmen will, unter „Schreiber“ gelegt, nicht unter „Kaufmann“; ein herrschaftlicher Diener, der sich als Hotelportier anbietet, unter „Portier“ usw. Bei Angeboten ist es natürlich entsprechend dasselbe. Nur auf diese Weise war es möglich, einen Ueberblick über die Arbeit, die tatsächlich gesucht oder angeboten wird, also über den „Arbeitsmarkt“ zu erhalten. Es gab aber auch andere Schwierigkeiten bei der Gruppenscheidung. In den Annoncen kommen Bezeichnungen vor, die in der Reichsstatistik nicht enthalten sind; man ermittelt ihre Bedeutung erst durch mancherlei Anfragen. Auch existieren gleichlautende Bezeichnungen für ganz verschiedene Berufe, z. B. Küfer, für Faßmacher sowohl wie für Kellermeister angewandt. Die Techniker, die Ingenieure konnten nicht ohne Mühe klassifiziert werden; sie gehören, je nach dem Gebiet ihrer Tätigkeit, in verschiedene Gruppen, aber der Wortlaut der Annonce enthält durchaus nicht immer sichere Hinweise. — Unklare Abfassung der Inserate ist eine besondere Sorgenquelle. Nicht gar so selten erscheinen Inserate, die von den Absichten des Inserenten absolut nichts erkennen lassen oder ein ganz konfuses Bild geben.

Das Material wurde schließlich in zwei große Tabellen pro Jahr und Zeitung, eine für Gesuche, die andere für Angebote, zusammengefaßt auf diese Weise:

Zahl der Annoncen in den Berufsgruppen
(nach der Reichsstatistik).

Generalanzeiger. Angebote.

Monat	Geschlechtsbezeichnung	I. Landwirtschaft, Gärtnerei, Tierzucht	II. Forstwirtschaft, Fischerei	III. Bergbau, Hüttenwesen, Torfgräberei	IV. Steine und Erde	V. Metallverarbeitung	VI. Maschinen, Werkzeuge, Instrumente	VII. Chemische Industrie	VIII. Leuchtstoffe, Fette, Oele	IX. Textilindustrie	X. Papierindustrie	XI. Lederindustrie	XII. Holz- und Schnitzstoffe	usw.
Oktober 1900	männlich													
	weiblich													
November 1900	männlich													
	weiblich													

Es ging weiter, an die Aussonderung der einzelnen Berufe aus den Berufsgruppen, die 447 Spezialabteilungen ergab. Die hierzu nötigen zwei Tabellen, a) Angebote, b) Gesuche, wurden im Prinzip der vorigen entsprechend abgefaßt, nämlich folgendermaßen:

Zahl der Annoncen in den einzelnen Berufen.

Generalanzeiger. Angebote unmittelbar.*)

Monat	Geschlechtsbezeichnung	Dienstmädchen	Hausmädchen	Zimmermädchen (privat)	Alleinmädchen	Kindermädchen	Ammen	Kinderfräulein	Jungfern	Zofen	usw.
Oktober 1900	männlich										
	weiblich										
November 1900	männlich										
	weiblich										

4. Zusammenziehung verwandter Berufsarten. Weitere Notizen zur Betriebstechnik.

Nun sind natürlich die 447 Rubriken der detaillierten Berufsaussonderung für die weitere Arbeit eine schwer verwendbare, übermäßig zerteilte und aufgelöste Materie. Wenn diese detaillierte Gliederung fürs erste notwendig war, so erwies sich im weiteren eine zweckmäßige Zusammenziehung verwandter Gruppen als ebenso notwendig.

Hier geben wir vorerst die Berufe:

1. Diener
2. Hausdiener
3. Hausmeister
4. Hausverwalter
5. Gesellschafter
6. Reisebegleiter
7. Reisemarschall
8. Haushofmeister
9. Kindermädchen
10. Spülmädchen
11. Dienstmädchen
12. Hausmädchen
13. Zimmermädchen
14. Alleinmädchen
15. Putz- und Waschfrauen
16. Monatsfrauen
17. Wartefrauen
18. Ammen
19. Aufwärterinnen
20. Köchinnen
21. Servierfräulein
22. Kinderfräulein
23. Gouvernanten
24. Jungfern
25. Haushälterinnen
26. Kammerfrauen
27. Stützen
28. Erzieherinnen
29. Gesellschafterinnen
30. Hausdamen
31. Aushilfestelle für Schwangere
32. Nachtwächter
33. Garderobiers
34. Laufburschen
35. Hausburschen
36. Ausläufer
37. Packer
38. Bureaudiener
39. Kassenboten
40. Mustermacher

*) Angebote durch Vermittlung sind in einer Nebenliste für sich geführt, ebenso natürlich die Gesuche, wie man das in den Tabellen des Anhangs sieht.

41. Lehrlinge
42. Lageristen
43. Magaziniers
44. Kommis
45. Kontoristen
46. Telephonisten
47. Dekorateure
48. Einkassierer
49. Akquisiteure
50. Verkäufer
51. Kolporteure
52. Hausierer
53. Kontrolleure
54. Korrespondenten
55. Buchhalter
56. Kassierer
57. Agenten
58. Vertreter
59. Reisende
60. Filialleiter
61. Betriebsleiter
62. Fabrikleiter
63. Geschäftsführer
64. Teilhaber
65. Direktoren
66. Bücherrevisoren
67. Laufmädchen
58. Lehrmädchen
69. Mustermacherinnen
70. Materialverwalterinnen
71. Telegraphistinnen
72. Lageristinnen
73. Verkäuferinnen
74. Aufseherinnen
75. Kontoristinnen
76. Buchhalterinnen
77. Kassiererinnen
78. Reisedamen
79. Vertreterinnen
80. Empfangsdamen
81. Filialleiterinnen
82. Direktricen
83. Zapfjungen
84. Pikkolos
85. Kegeljungen
86. Liftjungen
87. Aufwaschburschen
88. Kupferputzer
89. Silberputzer
90. Geschirrwascher
91. Gläserschwenker
92. Zapfer
93. Kellner
94. Kantinengehilfen
95. Zeitungsordner
96. Portiers
97. Küfer
98. Kellermeister
99. Kaffeeköche
100. Kochlehrlinge
101. Köche
102. Büffetiers
103. Hotelinspektoren
104. Geschäftsführer f. Restaurationen
105. Geschäftsführer f. Weinstuben
106. Restaurateure
107. Destillateure
108. Wirte
109. Cafetiers
110. Hoteldirektoren
111. Hoteliers
112. Küchenmädchen
113. Zimmermädchen
114. Kellnerinnen
115. Mädchen in Wirtschaft
116. Mädchen in Weinstuben
117. Mädchen in Café
118. Kaffeeköchinnen
119. Hotelköchinnen
120. Büffetfräulein
121. Weißzeugbeschließerinnen
122. Kassiererin f. Café
123. Kassiererin f. Hotel
124. Hotelhaushälterin
125. Geschäftsführerinnen in Weinstuben
126. Hoteldirektricen
127. Kappenmacher
128. Mützenmacher
129. Hutmacher
130. Strohhutmacher
131. Schneider
132. Zuschneider
133. Schuhmacher
134. Schuhzuschneider
135. Schuhstanzer
136. Schuhüberholer
137. Schäftemacher
138. Trikotweber
139. Wäscher
140. Waschmeister
141. Bademeister
142. Barbiere
143. Friseure
144. Damenfriseure
145. Glasreiniger
146. Spitzenwäscherinnen
147. Wäschestärkerinnen
148. Handarbeiterinnen für Wäschegeschäft
149. Büglerinnen
150. Wäscherinnen
151. Weißstickerinnen
152. Buntstickerinnen
153. Kunststickerinnen
154. Maschinenstickerinnen
155. Stickerinnen
156. Trikotweberinnen
157. Näherinnen
158. Weißzeugnäherinnen
159. Korsettnäherinnen
160. Korsettstepperinnen
161. Schweißblattnäherinnen
162. Pelznäherinnen
163. Kravattennäherinnen

164. Strohhutnähe-rinnen
165. Handschuhmache-rinnen
166. Handschuh-wäscherinnen
167. Schuhstepperin-nen
168. Schuhpapperin-nen
169. Schäftestepperin-nen
170. Badefrauen
171. Friseusen
172. Hohlsaumnähe-rinnen
173. Schneiderinnen
174. Modistinnen
175. Blumenbinde-rinnen
176. Federnarbeite-rinnen
177. Holzarbeiter
178. Arbeiter an Holz-bearbeitungsma-schinen
179. Schreiner
180. Werkführer in Schreinereien
181. Zimmerleute
182. Holzsortierer
183. Parkettleger
184. Holzbildhauer
185. Backstein- und Ziegelarbeiter
186. Maler u. Lackierer
187. Weißbinder
188. Anstreicher
189. Glaser
190. Holzmaler
191. Schlosser
192. Kunstschlosser
193. Maurer
194. Rohrleger
195. Plattenleger
196. Zementeure
197. Asphalteure
198. Pflasterer
199. Steinmetzen
200. Steinhauer
201. Marmorarbeiter
202. Steinbildhauer
203. Gipser
204. Stukkateure
205. Dachdecker
206. Häfner u. Ofen-setzer
207. Installateure
208. Spengler
209. Monteure
210. Erd- und Stein-arbeiter
211. Platzmeister für Holzhöfe
212. Bauschreiber
213. Bautechniker
214. Architekten
215. Schornsteinfeger
216. Geometer
217. Brunnenmeister
218. Landwirtschafts-arbeiter
219. Tagelöhner
220. Schnitter
221. Schweizer
222. Molker
223. Futtermeister
224. Aufseher
225. Jäger
226. Jagdaufseher
227. Wirtschaftseleven
228. Inspektoren
229. Verwalter
230. Gutsverwalter
231. Gartenarbeiter
232. Gärtner
233. Landschafts-gärtner
234. Kunst- und Han-delsgärtner
235. Landwirtschafts-arbeiterinnen
236. Oekonomiewirt-schafterinnen
237. Verwalterinnen
238. Pferdepfleger
239. Roßwärter
240. Blumenbinde-rinnen
241. Tierwärter
242. Gerber
243. Kastenmacher
244. Küfer
245. Wagner
246. Drechsler
247. Portefeuiller
248. Bürstenmacher
249. Beizer u. Polierer
250. Uhrmacher
251. Kammmacher
252. Schleifer in Kammfabriken
253. Tapezierer
254. Polsterer
255. Posamentierer
256. Seifensieder
257. Korkschneider
258. Vergolder
259. Lacksieder
260. Korbmacher
261. Sattler
262. Lederarbeiter
263. Schirmmacher
264. Glasschleifer
265. Steinschleifer
266. Brauer
267. Braumeister
268. Metzger
269. Bäcker
270. Konditor
271. Oehlschläger
272. Portefeuillezu-schneider
273. Färber
274. Müller
275. Straßenbahn-schaffner
276. Eisenbahnbeamte
277. Fahrburschen
278. Knechte
279. Verwalter für Fuhrparks
280. Bereiter
281. Reitburschen

282. Stallburschen
283. Bodenverwalter
284. Kutscher
285. Chauffeure
286. Schiffsjungen
287. Zeitungsjungen
288. Sackträger
289. Dienstleute
290. Kofferträger
291. Möbelträger
292. Metallpolierer
293. Metalldreher
294. Metallhobler
295. Metallbohrer
296. Metallstanzer
297. Metallpräger
298. Metalldrücker
299. Gußputzer
300. Fraiser
301. Former
302. Bohrmeister
303. Blechmeister
304. Maschinenarbeiter
305. Maschinisten
306. Heizer
307. Galvaniseure
308. Ciseleure
309. Mechaniker
310. Feinmechaniker
311. Messingdreher
312. Schmiede
313. Kunstschmiede
314. Hufschmiede
315. Wagenschmiede
316. Messerschmiede
317. Kupferschmiede
318. Gürtler
319. Maschinenschlosser
320. Werkzeugmacher
321. Gold- u. Silberarbeiter
322. Einleger
323. Buchdrucker
324. Schriftsetzer
325. Buchdrucknebengewerbe
326. Maschinenmeister
327. Buchbinder
328. Preßvergolder
329. Kartonnagenarbeiter
330. Lithographen
331. Steindrucker
332. Spielkartenarbeiter
333. Schriftgießer
334. Stempelschneider
335. Falzerinnen
336. Einlegerinnen
337. Redakteure
338. Korrektoren
339. Galvanoplastiker
340. Auskunftsbeamte
341. Versicherungsbeamte
342. Gerichtsassessoren
343. Sekretäre
344. Lehrer
345. Bürgermeister
346. Stadträte
347. Bauinspektoren
348. Stadtbauräte
349. Spitalmeister
350. Schreiber
351. Taxatoren
352. Stenographen
353. Journalisten
354. Berichterstatter
355. Apotheker
356. Aerzte
357. Chemiker
358. Zahntechniker
359. Zahnärzte
360. Tierärzte
361. Techniker
362. Ingenieure
363. Nationalökonomen
364. Orthopädisten
365. Uebersetzer
366. Schriftsteller
367. Unterricht
368. Detektive
369. Juristen
370. Lehrerinnen
371. Schriffstellerinnen
372. Modelle
373. Kopierer
374. Wärter
375. Wärterinnen
376. Pfleger
377. Pflegerinnen
378. Klavierstimmer
379. Billardmeister
380. Schaustellungen
381. Theatermeister
382. Heilgehilfen
383. Schauspielerinnen
384. Kindergärtnerinnen
385. Masseusen
386. Musiker
387. Dirigenten
388. Kapellmeister
389. Tanzmeister
390. Tänzerinnen
391. Lichtpauser
392. Musterzeichner
393. Chemigraphen
394. Zinkographen
395. Xylographen
396. Photographen
397. Retoucheure
398. Graveure
399. Porträtmaler
400. Porzellanmaler
401. Zeichner u. Maler
402. Malerinnen
403. Geflügelschlächter
404. Vorarbeiter
405. Werkmeister
406. Verwalter für Badeorte
407. Schachtmeister
408. Steinarbeiter
409. Steinschläger
410. Steinbrucharbeiter
411. Schmirgelarbeiter
412. Asbestarbeiter

413. Lehrlinge und Gehilfen ohne Berufsangabe
414. Verwalter für Industrie
415. Betriebsleiter in Steinbrüchen
416. Kaffeebrenner
417. Elektrizitätsarbeiter
418. Isolierer
419. Elektromonteure
420. Gelernte Arbeiterinnen
421. Zigarrenmacher
422. Schwammsortierer
423. Laboratoriumsarbeiter
424. Farbmeister
425. Glasierer f. Tonwaren
426. Bilderrahmenarbeiter
427. Leichenbekleider
428. Optiker
429. Elfenbeinschnitzer
430. Kunstdrechsler
431. Modelleure
432. Möbelzeichner
433. Zeichner für gewerbliche Zwecke
434. Instrumentenmacher
435. Chirurg. Instrumentenmacher
436. Juweliere
437. Zigarettenmacherinnen
438. Garnhasplerinnen
439. Spulerinnen
440. Perlarbeiterinnen
441. Metallkapselmacherinnen
442. Drahtflimmerarbeiterinnen
443. Silberpoliererinnen
444. Schirmnäherinnen
445. Stuhlflechterinnen
446. Kunst- und Handarbeiterinnen
447. Aushilfsarbeiterinnen

Schon dieses Verzeichnis enthält Zusammenziehungen, allerdings in geringerem Maße. Dennoch finden sich darunter Berufe, die im ganzen Jahrgang und in allen Zeitungen 2, 3, 5 Annoncen im ganzen aufweisen. Was soll man aber mit einer Zahl wie 2 anfangen, gegenüber einer Gesamtzahl von 198 854? Die Zusammenziehung, die also nicht zu vermeiden war, wurde jedoch mit Nachsicht und Sorgfalt gehandhabt. Sie vereint im ganzen nur solche Berufsformen, die eine natürliche Zugehörigkeit zueinander haben, und auch die meist nur dann, wenn die betreffenden Berufe, jeder für sich genommen, mit kleinen oder sehr kleinen Zahlen auftreten. Bäcker und Konditor kamen zusammen, Schlosser und Kunstschlosser, Architekten und Ingenieure, Möbelzeichner mit andern gewerblichen Zeichnern usw. Detektive, Tänzer, Theatermeister, Berufe, die so äußerst wenig vorkommen, wurden mit der geringfügigen Zahl ihrer Annoncen wohl oder übel irgendwo mit verarbeitet, so gut es eben passen mochte. Dann nahmen wir, bei dieser letzten Gruppenordnung, sämtliche Betriebsleiter zusammen, gleichviel welchen Betrieben sie dienen, ebenso sämtliche Direktoren. Diese Zusammenziehung berührt aber nicht die statistischen Tatsachen, die in der weiteren Verarbeitung erkennbar werden. Denn diese Tatsachen basieren ohnehin meist auf größeren, durch Zusammenbegung verschiedener Berufe oder einer ganzen Berufsgruppe (der Reichsstatistik) entstandenen Zahlen. Auch wenn gelegentlich Einzelberufe auftreten, so können es naturgemäß nur die stärkstbesetzten sein und keinesfalls jene ganz schwach oder mäßig vertretenen, die unter das Verfahren der Zusammenlegung fielen. Diese treten ohnehin, wo sie etwa vergleichend herbeigezogen werden, nur in größeren Zusammen-

schlüssen auf. So weit es ging, ist die Zusammenziehung mehrerer Berufe in der Benennung der Rubrik gekennzeichnet.

Immerhin sind unsere Tabellen noch groß und ungefüge. Der Generalanzeiger hat in den Angeboten 123, in den Gesuchen 82 Berufe (die größere Anzahl der Berufe in den Angeboten deutet schon hier auf ein Verhältnis hin, das wir im weiteren ausführlich erörtern werden). Mit der Zusammenziehung der Berufe wurde auch das bisherige Verpackungssystem des Urmaterials (in je einem Päckchen nach Zeitung, Tag und Typus der Annonce, wie oben beschrieben) fallen gelassen und fortan die Packen nach Monat, Beruf, Zeitung und Typus der Annonce aufbewahrt, so daß der umgebende Streifen etwa die Aufschrift trug: „Angebote: Lehrer und Erzieher, Generalanzeiger Oktober 1900."

Das Material, das in konvoluter Masse um uns lag, ist also für die weitere Verarbeitung brauchbar gemacht, nach Bedürfnis gegliedert und gefügt. Der Schritt, der nun zu tun ist, führt zu den Ergebnissen, den statistischen Tatsachen.

Bei dem zeitlich und lokal ziemlich eng begrenzten Stoff machen diese Tatsachen keinen Anspruch auf außerordentliche Bedeutung. Hätten wir es mit etwa fünf Jahrgängen zu tun, statt mit einem, und mit dreißig größeren Zeitungen aus verschiedenen Gegenden, statt mit sieben Blättern desselben Bodens, so würde das bescheidene Interesse, das wir etwa finden dürfen, sich leicht mit 100 multiplizieren. Denn die Zeitungsannonce ist immer noch ein großer Faktor auf dem Arbeitsmarkt der Zeit und wird es vorerst bleiben, bis die Zukunft vielleicht mit passenderen Maßnahmen dieses interessante Stück sozialen Lebens in den Hintergrund drängt.

Die Unvollkommenheiten erwägend, die aus der Enge des Stoffgebietes entstehen, hoffen wir dennoch für die ermittelten Tatsachen auf ein gewisses Interesse, weil sie zum erstenmal in statistischer Verarbeitung auftauchen. Was die technischen Vorgänge unserer weiteren Ermittlungen betrifft, so können wir darüber schnell hinweggehen, sie sind in den Resultaten erkennbar: Nebeneinanderstellung der Annoncenzahlen von Gruppen und Einzelberufen zu Vergleichszwecken; Feststellung der Schwankungen von Monat zu Monat in den gleichen Massen, teilweise in zeichnerischen Skizzen fixiert; nähere Auszählung einzelner Berufe nach den Zeilenzahlen; Aussonderung der von auswärts aufgegebenen Annoncen; Festlegung der Durchschnittszeilenzahlen.

Dagegen erwähnen wir noch einiges Allgemeine über den Verlauf der Arbeit. Die hier gezeigte Reihenfolge der einzelnen Abschnitte soll der übersichtlichen Darstellung dienen — praktisch aber durchkreuzten sich diese Abschnitte selbstverständlich oder liefen nebeneinander her. Verzögerungen an einem Teil, aus technischen Hindernissen entspringend, bewirkten relatives Vorankommen des nächsten Teils. Solche Hindernisse gab es genug, auch wenn ich das größte davon beiseite setzen will, die jeweilen sehr störend auftretende Unfähigkeit bei einem Teil des Personals. Das Herbeischaffen der Zeitungsjahrgänge gelang nicht immer nach Wunsch; zwischenein fehlten wohl ein paar Tage

oder gar ein halber, wenn nicht ganzer Monat; das mußte, nicht ohne Zeitverlust, in der Stadtbibliothek resp. auf den Administrationen der Zeitungen durch Abschreiben eingeholt werden. Die so entstehende Dislokation der Arbeit erschwerte die Kontrolle beträchtlich. Auch war das Bureau zu öfterem Umzuge genötigt; kleine Materialverluste kamen vor. Gelegentlich verirrten sich Einzelpakete in unrechte Ballen, und ihre Wiederbeschaffung machte Unbequemlichkeiten. Die Kontrolle der Arbeiten ging so vor sich, daß jeder auf das von ihm behandelte Paket seinen Namen schreiben mußte, und was er daran gearbeitet, z. B. Joh. Back, sortiert und gestempelt. Am Samstag schrieb jeder einen Arbeitszettel, etwa folgendermaßen:

Arbeitszettel Johann Back.

Montag, den 25. November: Kostenberechnung vom Generalanzeiger, Angebote 5. April 1901. Kontrolliert Kostenberechnung Mühl vom Generalanzeiger, Gesuche 9. Januar 1901.
Dienstag, den 26. November: usw. usw.

Aus zwei Dokumenten war also ersichtlich, wer für das Stück Arbeit haften mußte. Umfangreiche Kontrollen ergaben allmählich einen Ueberblick über das Personal, in wie weit es für die betreffende Arbeit — etwa die Kostenberechnung — ganz untauglich, mäßig brauchbar oder ganz zuverlässig war. Der letztere, natürlich sehr beschränkte Teil konnte dann zur Kontrolle der anderen benutzt werden. Die in Stadtbibliothek und Zeitungsadministration vollführte Arbeit prüfte ausschließlich der Leiter des Bureaus an Ort und Stelle in Gegenwart des Personals.

Leichtere oder andauernd mittelmäßig geleistete Arbeit wurde mit dem geringeren Stundenlohn von 35 Pf. honoriert, besserer Durchschnitt mit 40 Pf. Besonders gutes und dabei nicht zu langsames Arbeiten brachte Erhöhung bis auf 50 Pf. Bei den sieben Stunden regulärer Arbeitszeit waren Ueberstunden ein begehrter Artikel, und der Ausschluß davon eignete sich als Strafmittel für dauernde Fahrlässigkeit. Völlige oder zeitweilige Ausweisung aus dem Bureau erfolgte nur auf Grund schlechten Benehmens — ein Strafmittel, das wenig in Anwendung kam. Fiel ein Mann durch überflüssiges Schwatzen mit dem Nachbar auf, so war plötzliche, auffällige Verweisung auf einen andern Platz im ganzen eine genügende, peinlich empfundene Maßregelung.



Haupttabellen.

[(Anhang) Tabelle A 2] (Fortsetzung u. Schluß)

Generalanzeiger. **Gesuche unmittelbar**

		Köche	Büffetiers	Weißzeugbeschließerinnen	Restaurateure	Schreiner und Holzarbeiter	Maurer	Glaser	Zimmerleute	Maler und Lackierer	Spengler und Installateure	Holzmaler, Bildhauer	Ingenieure, Techniker und Architekten	Stein- und Ziegelarbeiter	Wagner	Gelernte Metallarbeiter	Schlosser	Heizer und Maschinisten	Elektrotechniker und Monteure	Uhrmacher u. Mechaniker	Gold- und Silberarbeiter	Kutscher und Fahrburschen
		41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61
Oktb.	männl.	6	3	—	1	27	1	—	—	2	2	—	43	7	—	7	9	15	1	3	—	22
1900	weibl.	4	26	1	—	10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	—	—
Nov.	männl.	4	2	—	5	20	3	—	1	4	7	—	34	1	3	5	12	17	8	9	—	2
1900	weibl.	9	17	4	—	14	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Dez.	männl.	1	—	—	1	21	3	—	1	—	—	—	13	3	—	6	6	12	5	5	1	12
1900	weibl.	10	14	1	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Jan.	männl.	1	4	—	4	28	3	1	—	1	4	—	23	3	1	9	12	13	6	—	—	29
1901	weibl.	12	26	5	—	11	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Febr.	männl.	5	—	—	1	47	4	—	1	—	2	—	31	6	—	3	13	13	8	6	—	27
1901	weibl.	17	1		—	13	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
März	männl.	3	5	—	—	19	8	1	—	5	3	—	78	1	1	6	9	25	3	7	2	42
1901	weibl.	24	13	7	—	10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
April	männl.	5	—	—	—	33	7	—	—	4	2	2	51	1	—	8	19	21	15	7	1	34
1901	weibl.	12	19	3	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mai	männl.	4	1	—	6	38	11	1	—	2	4	1	43	—	2	15	11	13	5	11	1	26
1901	weibl.	15	25	3	—	18	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Juni	männl.	1	3	—	—	20	1	1	1	4	6	—	45	—	1	5	11	19	4	9	—	28
1901	weibl.	10	12	—	—	11	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Juli	männl.	1	2	—	—	34	8	—	4	4	3	1	54	2	1	4	19	16	5	10	—	23
1901	weibl.	14	24	1	—	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Aug.	männl.	6	—	—	1	23	4	—	2	6	4	—	25	3	4	15	20	14	6	10	—	39
1901	weibl.	16	17	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Sept.	männl.	4	—	—	—	33	1	—	5	9	2	—	30	—	1	1	19	36	—	2	—	33
1901	weibl.	12	18	1	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
männlich		41	20	—	19	343	54	4	15	41	39	4	470	27	14	84	160	214	66	79	5	317
weiblich		155	212	26	—	106	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	—	—

nach Berufsarten. **Angebote.**

Hausburschen und Hausdiener	Packer	Büreaudiener	Einkassierer	Verkäufer, Lehrlinge	Buchhalter und Kontoristen	Magaziner und Lageristen	Kontrolleure	Kassierer	Empfangsdamen	Reisende, Agenten	Geschäftsführer	Weber, Strickerinnen und Färber	Wäscherinnen	Weißzeug-Näherinnen	Büglerinnen	Hutmacher und Hutnäherinnen	Modistinnen	Näh-Direktricen	Posamentier	
22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	
280	38	5	4	138	107	25	—	—	—	292	6	3	1	—	—	1	—	—	4	1 102
—	5	—	—	365	36	4	1	7	—	11	10	27	61	52	83	6	98	3	2	2 680
129	19	3	3	151	69	12	—	—	—	293	7	—	—	—	—	—	—	—	1	807
—	6	—	—	317	57	7	—	5	2	12	11	23	39	29	61	4	79	—	1	2 057
88	5	4	2	143	56	6	—	—	—	176	6	—	—	—	—	1	—	—	—	590
—	10	—	—	174	43	1	—	12	1	5	6	15	28	21	45	8	156	12	—	1 389
266	20	12	—	336	104	6	—	—	—	228	11	—	—	—	—	3	—	—	5	1 095
—	7	—	—	408	35	8	—	22	—	7	16	23	82	44	148	11	328	—	3	3 709
200	16	2	7	377	67	18	—	—	—	201	9	—	1	—	—	1	—	—	1	1 042
—	2	—	—	372	59	7	—	5	—	14	13	18	42	39	103	4	173	1	2	3 021
282	37	7	1	503	89	11	—	1	—	264	5	1	5	—	—	2	—	—	1	1 445
—	16	—	—	513	42	6	—	7	2	20	17	30	63	74	150	9	197	—	12	4 159
363	42	8	—	318	59	11	—	3	—	230	10	2	4	—	—	5	—	—	1	1 293
—	4	—	—	378	44	9	—	6	—	7	13	18	70	47	141	10	134	2	10	3 232
334	21	7	—	172	56	15	—	—	—	253	9	1	—	—	—	—	—	—	—	1 007
—	9	—	—	271	30	6	1	5	1	—	13	10	49	48	133	3	74	—	—	2 431
381	24	6	—	108	61	18	—	1	—	264	1	3	2	—	—	4	—	—	—	1 062
—	15	—	—	324	47	14	—	9	—	2	11	30	61	71	209	1	188	—	1	2 896
279	15	7	5	75	39	10	—	—	—	230	25	—	—	—	—	2	—	—	—	820
—	7	—	—	430	50	4	—	15	2	11	7	13	40	37	134	3	176	—	—	2 622
333	29	2	3	201	59	20	—	1	—	253	14	1	2	—	—	2	—	—	—	1 021
—	8	—	—	432	38	7	—	8	2	15	10	12	42	45	94	3	190	—	4	3 289
272	22	6	5	219	66	15	—	—	—	274	7	6	2	—	—	—	—	—	—	1 028
—	5	—	—	258	43	3	—	4	—	15	13	14	21	40	75	5	119	—	9	2 659
3207	288	69	30	2741	832	167	—	6	—	2958	110	17	17	—	—	21	—	—	18	12 312
—	94	—	—	4242	524	76	2	105	10	119	140	233	598	547	1376	67	1912	18	44	34 144

[(Anhang) Tabelle A 2′]

Generalanzeiger. Arbeitsgesuche nach Berufsarten

		Monatsfrauen	Hausmädchen	Dienstmädchen	Kindermädchen	Ammen	Jungfern	Köchinnen	Kinderfräulein	Stützen	Haushälterinnen	Diener	Hausburschen	Verkäuferinnen	Lageristen
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Oktober	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	1	—	—
1900	weibl.	4	177	1	—	57	—	57	17	—	7	—	—	—	—
Novemb.	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	7	—	—
1900	weibl.	20	172	5	6	50	2	45	1	—	—	—	—	3	—
Dezemb.	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—
1900	weibl.	6	77	1	2	48	1	9	—	2	—	—	—	1	—
Januar	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	1	—	—
1901	weibl.	6	92	1	5	55	1	21	2	—	14	—	—	1	—
Februar	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	1	—	1
1901	weibl.	4	45	2	—	47	2	26	2	1	11	—	—	6	—
März	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	2	—	—
1901	weibl.	1	99	2	4	51	—	35	—	—	4	—	—	4	—
April	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	—	—
1901	weibl.	1	52	65	2	39	—	45	13	—	15	—	—	6	—
Mai	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	—	1
1901	weibl.	—	121	2	8	47	—	39	5	3	9	—	—	7	—
Juni	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	7	—	—
1901	weibl.	4	116	2	9	58	2	44	7	4	16	—	—	6	—
Juli	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	6	—	—
1901	weibl.	1	118	3	6	41	—	25	2	4	5	—	—	3	—
August	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	3	—	—
1901	weibl.	3	33	109	10	50	3	43	14	—	14	—	—	2	—
Sept.	männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	4	—	—
1901	weibl.	5	46	124	6	57	5	59	18	—	14	—	—	1	—
männlich		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	16	43	—	2
weiblich		55	1148	317	58	600	16	448	81	14	109	—	—	40	—

durch Vermittlung. Arbeitsgesuche.

Buchhalter	Filialleiterinnen	Büglerinnen	Friseure	Schneider	Hotelzimmermädchen	Kellner	Büffetiers	Hotel-Köchinnen	Weißzeugbeschließerinnen	Müller, Metzger, Bäcker	Pflegerinnen	Kutscher, Knechte	Schmiede, Maschinisten, Wagner	Gärtner und Schweizer	Vermittl.-Bureau allgemein	
15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	6
—	—	—	—	—	4	6	14	24	1	—	1	—	—	—	—	370
—	—	—	—	—	—	2	—	1	—	—	—	8	1	—	—	20
—	1	—	—	—	8	3	3	16	—	—	—	—	—	—	—	335
—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	—	8	—	1	—	11
1	1	—	—	—	1	1	3	8	—	—	—	—	—	—	—	162
—	—	—	—	—	—	1	—	1	—	—	—	4	1	—	—	10
—	—	—	2	5	2	5	2	4	—	—	—	—	—	—	—	218
1	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	7	—	1	2	17
—	—	1	—	3	7	1	6	23	—	—	2	—	—	—	—	189
—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	4	—	1	—	10
—	1	—	—	2	15	1	10	13	1	—	—	—	—	—	—	243
1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	6	—	—	—	14
—	—	—	—	—	—	1	1	—	1	—	—	—	—	—	—	241
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	12	—	2	—	20
—	—	2	—	2	6	2	11	16	1	—	1	—	—	—	—	282
—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	3	—	10	—	1	—	24
—	—	—	—	—	1	1	17	24	—	—	—	—	—	—	—	311
—	—	—	2	1	—	—	—	—	—	—	—	12	—	4	—	26
4	—	—	—	—	6	14	10	19	—	—	1	—	—	—	—	262
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	9	1	—	—	14
—	—	1	—	—	—	1	6	—	—	—	2	—	—	—	—	291
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	13	2	1	—	22
—	—	—	—	1	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	339
2	—	—	2	1	—	5	1	3	—	5	1	95	5	11	2	194
5	3	4	2	13	50	36	86	147	4	—	7	—	—	—	—	3243
																3437

Generalanzeiger. **Zusammenfassung**

Datum	Arbeitsgesuche								
	unmittelbar				durch Vermittlung				zusammen Gesuche
	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1900 Oktober . .	890	2191	24	3105	6	367	3	376	3481
1900 November .	801	1758	9	2568	20	333	2	355	2923
1900 Dezember .	555	905	20	1480	11	160	2	173	1653
1901 Januar . .	863	1545	13	2421	10	213	5	228	2649
1901 Februar . .	721	1531	30	2282	17	184	5	206	2488
1901 März . . .	926	1723	26	2675	10	237	6	253	2928
1901 April . . .	921	1605	32	2558	12	241	2	255	2813
1901 Mai	809	1637	30	2476	20	282	—	302	2778
1901 Juni . . .	819	1566	36	2421	23	311	1	335	2756
1901 Juli	830	1515	19	2364	25	260	3	288	2652
1901 August . .	913	1801	5	2719	14	290	1	305	3024
1901 September .	1023	2400	1	3424	22	338	1	361	3785
Summa:	10071	20177	245	30493	190	3216	31	3437	33930

des Annoncenbestandes.

Arbeitsangebote									Vermittelungsbureau allgemein	Gesamtzahlen der Annoncen
unmittelbar				durch Vermittlung				zusammen Angebote		
an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe	an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe			
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
3370	3616	50	7036	104	430	17	551	7587	17	11085
2215	2633	39	4887	90	342	24	456	5343	21	8287
1589	1895	40	3524	45	195	17	257	3781	37	5471
2549	4625	32	7206	131	459	26	616	7822	40	10511
2730	4055	40	6825	111	379	17	507	7332	57	9877
4868	5666	40	10574	149	473	14	636	11210	80	14218
4211	4504	15	8730	160	416	12	588	9318	29	12160
3300	3493	20	6813	169	453	20	642	7455	12	10245
2879	3941	13	6833	218	498	13	729	7562	10	10328
2299	3500	9	5808	192	418	9	619	6427	17	9096
2491	4214	9	6714	150	527	9	686	7400	68	10492
2617	3633	3	6253	163	450	3	616	6869	21	10675
35118	45775	310	**81203**	1682	5040	181	**6903**	88106	409	**122445**

[(Anhang) Tabelle A 4]

Generalanzeiger.

Datum	Arbeitsgesuche															
	unmittelbar								durch Vermittlung							
	von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe		von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe	
	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰
1900 Oktober . .	814	50	1398	30	29	70	2242	50	16	20	211	90	8	40	236	50
1900 November .	738	60	1052	60	7	60	1798	80	6	40	173	75	2	20	182	35
1900 Dezember .	498	90	626	—	16	20	1141	10	8	80	71	10	1	40	81	30
1901 Januar . .	1104	80	1362	25	10	75	2477	80	12	20	122	—	7	50	141	70
1901 Februar . .	924	95	1346	70	37	90	2309	55	21	—	138	60	9	50	169	10
1901 März . . .	1214	60	1558	70	23	15	2796	45	32	—	193	70	13	15	238	85
1901 April . . .	1119	70	1402	45	44	85	2567	—	14	25	195	10	2	90	212	25
1901 Mai	988	30	1407	80	37	55	2433	65	22	—	293	15	—	—	315	15
1901 Juni . . .	1036	30	1407	85	41	25	2485	40	24	25	245	10	2	50	271	85
1901 Juli	1018	65	1341	65	15	—	2375	30	16	75	230	55	5	—	252	30
1901 August . .	1016	80	1637	70	3	75	2658	25	22	25	196	30	—	50	219	05
1901 September .	1209	70	2136	40	—	75	3346	85	18	50	245	75	2	25	266	50
Summa:	11685	80	16678	40	268	45	28632	65	214	60	2317	—	55	30	2586	90

Kostenberechnung.

Arbeitsangebote																			
unmittelbar								durch Vermittlung								Vermittelungsbureau allgemein		Gesamt-Summe	
an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe		an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe					
9		10		11		12		13		14		15		16		17		18	
ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰
3670	90	3158	80	74	50	6904	20	98	20	359	—	23	40	480	60	107	70	9971	50
2729	25	2564	10	50	—	5343	35	88	60	838	10	36	70	463	40	33	—	7820	90
2077	70	2091	80	67	60	4237	10	68	90	228	10	23	—	320	—	51	90	5831	40
4191	80	5528	40	59	90	9780	10	162	90	651	05	58	65	872	60	24	—	13296	20
4395	10	4953	25	82	95	9431	30	137	85	579	70	40	90	758	45	110	40	12778	80
6241	25	6485	40	64	25	12790	90	212	15	692	55	58	65	963	35	28	15	16817	70
5319	35	5072	65	63	—	10455	—	270	55	554	30	31	75	856	60	21	25	14112	10
3997	60	3841	40	82	85	7921	85	240	05	586	90	42	85	869	80	14	50	11554	95
3796	55	4649	15	109	30	8555	—	255	45	678	75	25	15	959	35	20	75	12292	35
3501	85	4130	20	95	20	7727	25	256	05	543	25	17	25	816	55	22	40	11193	80
3669	55	5171	35	93	40	8934	30	321	—	766	85	36	50	1124	35	57	80	12993	75
3660	80	4490	95	84	20	8185	95	302	40	706	05	9	75	1018	20	11	—	12828	50
47251	70	52137	45	877	15	100266	30	2414	10	6684	60	404	55	9503	25	502	85	141491	95

Frankfurter Zeitung. Arbeitsgesuche

	Dienstmädchen	Haushälterinnen	Kammerfräulein und Jungfern	Kinderfräulein	Stützen der Hausfrau	Verwalter Hausmeister	Gesellschafter	Bureaudiener und Hausburschen	Einkassierer	Lageristen und Magaziniers	Verkäufer, Kommis, Lehrlinge	Dekorateure	Buchhalter
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Oktb. 1900 männl.	—	—	—	—	—	2	4	6	3	9	127	—	273
weibl.	3	18	2	17	15	—	30	—	—	—	8	—	19
Nov. 1900 männl.	—	—	—	—	—	4	3	—	2	40	140	2	210
weibl.	3	21	2	1	11	—	30	—	—	—	16	—	8
Dez. 1900 männl.	—	—	—	—	—	1	—	1	2	21	69	—	165
weibl.	—	14	7	—	3	—	9	—	—	—	16	—	3
Jan. 1901 männl.	—	—	—	—	—	4	17	2	1	28	76	1	283
weibl.	3	34	1	5	8	1	25	—	—	—	23	—	7
Febr. 1901 männl.	—	—	—	—	—	—	12	—	2	12	74	—	223
weibl.	11	17	4	4	13	1	23	—	—	—	5	—	3
März 1901 männl.	—	—	—	—	—	14	5	2	2	17	80	8	266
weibl.	1	34	6	7	8	1	26	—	—	—	21	—	19
April 1901 männl.	—	—	—	—	—	8	7	2	3	23	87	2	193
weibl.	4	23	7	4	19	—	25	—	—	—	14	—	14
Mai 1901 männl.	—	—	—	—	—	8	3	4	3	19	95	1	230
weibl.	4	30	6	—	11	1	21	—	—	—	10	—	14
Juni 1901 männl.	—	—	—	—	—	3	13	6	1	25	76	—	237
weibl.	6	23	9	5	13	—	46	—	—	—	13	—	6
Juli 1901 männl.	—	—	—	—	—	5	9	6	3	17	59	4	246
weibl.	6	33	6	5	21	—	31	—	—	—	10	—	5
Aug. 1901 männl.	—	—	—	—	—	2	11	1	9	10	114	—	311
weibl.	9	32	10	7	19	—	29	—	—	—	12	—	12
Sept. 1901 männl.	—	—	—	—	—	6	6	1	3	33	72	—	204
weibl.	6	38	20	6	19	—	31	—	—	—	14	—	28
Total: männl.	—	—	—	—	—	57	90	31	34	254	1069	18	2791
weibl.	56	317	80	61	160	4	326	—	—	—	162	—	138
Summa	**56**	**317**	**80**	**61**	**160**	**61**	**416**	**31**	**34**	**254**	**1231**	**18**	**2929**

nach Berufsarten. Gesuche.

Gärtner	National-Oekonomen	Versicherungsbeamte	Stenographen, Schreiber, Sekretäre	Schriftsteller und Redakteure	Juristen	Erzieher, Lehrer, Gouvernanten	Aerzte und Krankenpfleger	Kleine Berufe	Ohne nähere Berufsangabe	Gesamt-Summe
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	
3	—	6	4	5	—	16	1	6	6	979
—	—	—	—	—	—	34	3	—	—	157
1	—	2	1	3	—	10	1	3	6	949
—	—	—	—	—	—	18	4	—	3	127
1	—	10	3	5	10	4	1	2	12	758
—	—	—	—	—	—	13	—	—	—	82
6	—	—	7	6	—	5	4	4	12	943
—	—	—	—	2	—	29	4	—	—	169
—	—	6	19	1	4	6	5	2	4	805
—	—	—	—	—	—	21	6	—	1	121
2	—	7	7	5	3	13	7	3	3	961
—	—	—	1	—	—	23	3	2	—	163
2	—	6	6	5	—	6	4	—	2	793
—	—	—	3	—	—	33	5	1	2	168
9	1	7	6	1	5	5	1	5	6	922
—	—	—	—	—	—	26	2	—	1	134
4	—	5	3	3	1	16	2	1	—	945
—	—	—	—	—	—	24	6	—	1	165
6	—	—	9	6	3	8	3	4	6	946
—	—	—	—	—	—	28	1	—	—	159
4	—	1	4	5	6	14	3	14	11	1029
—	—	—	2	—	—	40	3	—	7	200
1	—	3	6	3	—	6	1	10	2	878
—	—	—	2	—	—	38	3	—	—	218
39	1	53	75	48	32	109	33	54	70	10908
—	—	—	8	2	—	327	40	3	15	1863
39	1	53	83	50	32	436	73	57	85	12771

[(Anhang) Tabelle B3]

Frankfurter Zeitung. Zusammenfassung

Datum	Arbeitsgesuche: unmittelbar: von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	durch Vermittlung: von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	Zusammen Gesuche
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1900 Oktober . . .	979	156	1	1136	—	1	—	1	1137
1900 November . .	949	124	3	1076	—	—	—	—	1076
1900 Dezember . .	758	80	2	840	3	—	—	3	843
1901 Januar . . .	943	169	—	1112	—	—	—	—	1112
1901 Februar . .	805	121	—	926	—	1	—	1	927
1901 März	961	160	3	1124	3	2	—	5	1129
1901 April	793	167	1	961	—	—	—	—	961
1901 Mai	922	131	3	1056	—	2	1	3	1059
1901 Juni	945	164	1	1110	1	1	1	3	1113
1901 Juli	946	154	5	1105	4	1	—	5	1110
1901 August . . .	1029	200	—	1229	1	1	—	2	1231
1901 September .	878	218	—	1096	1	3	—	4	1100
Summa:	10908	1844	19	12771	13	12	2	27	12798

des Annoncenbestandes.

Arbeitsangebote										Gesamtzahlen der Annoncen
unmittelbar				durch Vermittlung				Zusammen Angebote	Vermittelungsbureau allgemein	
an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe	an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe			
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1290	154	25	1469	1	—	—	1	1470	14	2621
1421	213	11	1645	—	—	—	—	1645	—	2721
1294	144	11	1449	8	—	—	8	1457	14	2314
1568	243	8	1819	13	—	2	15	1834	2	2948
1470	164	3	1637	9	4	1	14	1651	—	2578
1352	168	11	1531	18	—	2	20	1551	66	2746
1236	128	18	1382	2	4	3	9	1391	—	2352
1380	166	14	1560	13	3	1	17	1577	7	2643
1250	175	16	1441	11	7	1	19	1460	31	2604
1220	184	9	1413	15	—	—	15	1428	7	2545
1405	221	17	1643	21	1	—	22	1665	54	2950
1139	201	16	1356	27	—	1	28	1384	32	2516
16025	2161	159	18345	138	19	11	168	18513	227	31538

[(Anhang) Tabelle B 4]

Frankfurter Zeitung.

Datum	Arbeitsgesuche															
	unmittelbar								durch Vermittlung							
	von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe		von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe	
	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰
1900 Oktober . .	5066	10	625	95	5	40	5697	45	—	—	5	40	—	—	5	40
1900 November .	4641	75	495	—	6	75	5143	50	—	—	—	—	—	—	—	—
1900 Dezember .	3735	—	392	85	4	50	4132	35	8	10	—	—	—	—	8	10
1901 Januar . .	5259	60	682	65	—	—	5942	25	—	—	—	—	—	—	—	—
1901 Februar . .	6006	60	486	—	—	—	6492	60	—	—	2	25	—	—	2	25
1901 März . . .	5042	70	630	90	19	35	5692	95	11	70	9	—	—	—	20	70
1901 April . . .	4005	90	675	90	6	30	4688	10	—	—	—	—	—	—	—	—
1901 Mai	4982	85	545	85	8	10	5536	80	—	—	10	80	4	95	15	75
1901 Juni . . .	4848	75	631	80	14	85	5495	40	2	25	1	80	3	15	7	20
1901 Juli	5092	65	641	70	12	60	5746	95	11	25	12	15	—	—	23	40
1901 August . . .	5326	65	800	55	—	—	6127	20	14	85	2	25	—	—	17	10
1901 September .	4819	50	850	50	—	—	5670	—	2	25	8	55	—	—	10	80
Summa:	58828	05	7459	65	77	85	66365	55	50	40	52	20	8	10	110	70

Kostenberechnung.

Arbeitsangebote																Vermittelungsbureau allgemein		Gesamt-Kosten	
unmittelbar								durch Vermittlung											
an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe		an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe					
9		10		11		12		13		14		15		16		17		18	
ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰
8472	15	792	—	177	75	9441	90	11	25	—	—	—	—	11	25	73	35	15229	35
10171	35	1165	95	66	60	11403	90	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	16547	40
9149	40	840	60	71	10	10061	10	40	95	—	—	—	—	40	95	56	70	14299	20
13533	30	1664	10	59	85	15257	25	68	85	—	—	9	45	78	30	4	50	21282	30
10958	85	895	05	7	65	11861	55	81	—	9	90	4	50	95	40	—	—	18451	80
10415	70	997	65	142	20	11555	55	100	80	—	—	3	60	104	40	318	60	17692	20
9857	25	726	30	195	30	10778	85	25	20	30	60	13	05	68	85	—	—	15535	80
10150	65	932	85	173	70	11257	20	98	10	26	10	4	95	129	15	27	—	16965	90
9462	60	1237	95	85	95	10786	50	56	25	83	75	2	70	92	70	168	75	16550	55
9143	10	1363	95	58	05	10565	10	65	70	—	—	—	—	65	70	29	70	16430	85
9660	60	1295	55	102	15	11058	30	233	10	5	85	—	—	238	95	198	45	17640	—
3815	55	1060	20	101	25	9477	—	226	80	—	—	4	05	230	85	178	20	15566	85
119290	50	12972	15	1241	55	133504	20	1008	—	106	20	42	30	1156	50	1055	25	202192	20

[(Anhang) Tabelle C 1] (Fortsetzung u. Schluß).

Intelligenz-Blatt. **Arbeitsangebote unmittelbar**

	Büffetiers	Konditoren	Wäscherinnen	Büglerinnen	Stickerinnen und Strickerinnen	Friseure	Schneider und Näherinnen	Modistinnen	Schreiner und Zimmerleute	Glaser	Schlosser, Mechaniker, Spengler und Dreher	Maler	Sekretäre und Aufseher
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Oktbr. 1900 männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1	2	—	—
weiblich	—	—	1	—	1	1	—	—	—	—	—	—	—
Novbr. 1900 männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
weiblich	1	—	1	—	—	1	5	—	—	—	—	—	—
Dezbr. 1900 männlich	—	—	—	—	—	—	1	—	1	—	—	—	—
weiblich	—	—	—	—	—	—	6	—	—	—	—	—	—
Jan. 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	7	—
weiblich	—	—	—	—	1	1	6	5	—	—	—	—	—
Febr. 1901 männlich	—	2	—	—	—	—	—	—	—	1	3	4	—
weiblich	4	—	1	—	1	—	2	2	—	—	—	—	—
März 1901 männlich	—	2	—	—	—	—	—	—	2	3	—	1	—
weiblich	1	—	1	—	2	1	9	3	—	—	—	—	—
April 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	1	—	—	1	1	8	—
weiblich	3	—	2	—	—	—	10	1	—	—	—	—	—
Mai 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	1	—	—	2	—	3	—
weiblich	1	—	2	1	1	—	3	—	—	—	—	—	3
Juni 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	3	5
weiblich	—	—	1	2	—	—	7	3	—	—	—	—	—
Juli 1901 männlich	—	—	—	—	—	1	—	—	1	—	4	4	—
weiblich	—	—	—	2	—	—	1	2	—	—	—	—	—
August 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	1	—	3	—	—	—	—
weiblich	1	—	—	—	3	—	4	—	—	—	—	—	—
Septbr. 1901 männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—
weiblich	—	—	—	—	—	—	2	3	—	—	—	—	—
männlich	—	4	—	—	—	1	4	—	10	8	14	30	5
weiblich	11		9	5	9	4	55	19	—	—	—	—	3

nach Berufsarten. **Angebote.**

Architekten und Techniker	Schreiber	Pfleger und Wärter	Kindergärtnerinnen und Erzieherinnen	Unterricht	Versicherungsbeamte	Lithographen, Graveure und Drucker	Photographen und Retoucheure	Taglöhner	Roßwärter	Steinmetzen	Gärtner	Tapezierer	Gesamt-Summe
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
—	—	—	—	12	4	—	—	1	—	—	—	—	59
—	1	2	1	7	—	—	—	—	—	—	—	—	321
—	—	—	—	11	5	—	—	1	—	—	—	—	55
—	—	3	8	10	—	—	—	1	—	—	—	—	253
—	—	—	—	7	6	—	—	1	—	—	—	—	37
—	3	4	—	2	—	—	—	2	—	—	—	—	113
—	5	—	—	13	6	—	—	1	—	—	1	—	96
—	2	2	—	1	—	—	—	2	—	—	—	—	458
—	3	1	—	3	3	5	1	—	—	—	—	1	75
—	—	—	5	3	—	—	—	3	—	—	—	—	480
—	2	3	—	2	4	1	—	—	—	—	1	1	105
—	—	3	8	2	—	—	—	—	—	—	—	—	618
—	2	4	—	7	3	10	—	—	—	—	—	—	90
—	—	3	8	1	—	—	1	—	—	—	—	—	474
3	—	—	—	3	—	17	—	—	—	1	1	—	62
—	3	9	3	4	—	—	—	—	—	—	—	—	366
1	2	—	—	8	—	3	1	2	2	3	—	—	68
—	—	4	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	315
—	—	1	—	8	2	1	—	1	—	2	—	—	48
—	2	3	13	3	—	—	—	—	—	—	—	—	279
—	—	2	—	1	3	—	—	—	1	—	—	—	52
—	1	5	8	—	—	—	—	—	—	—	—	—	468
3	—	—	—	6	10	1	—	2	—	—	—	—	93
—	—	3	1	11	—	—	1	—	—	—	—	—	373
7	14	11	—	76	46	38	2	9	3	6	3	2	840
—	11	41	60	44	—	—	2	8	—	—	—	—	4518
													5358

Intelligenzblatt. **Arbeitsgesuche unmittelbar**

	Putz- und Waschfrauen	Monatfrauen	Kindermädchen	Dienstmädchen	Hausmädchen	Ammen	Jungfern	Köchinnen (Privat)	Kinderfräulein	Stützen	Haushälterinnen	Gesellschafter	Wächter	Diener	Portiers	Hausmeister	Ausläufer	Packer	Bureaudiener	Einkassierer u. Kassenboten	Verkäufer, Kommis u. Lehrlinge	Buchhalter u. Kontoristen	Kassierer
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Oktb. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	15	—	1	—	—	4	5	1	—	—
1900 weibl.	18	19	19	45	174	4	14	78	24	21	26	24	—	—	—	—	1	—	—	—	2	1	—
Nov. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	12	1	1	6	1	—	5	—	5	—
1900 weibl.	21	11	10	18	80	—	3	65	14	7	24	17	—	—	—	—	—	—	—	—	3	3	1
Dez. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	21	—	1	—	1	—	—	—	6	—
1900 weibl.	8	4	—	8	14	2	1	42	5	6	5	6	—	—	—	—	—	—	—	—	2	1	—
Jan. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	2	—	7	3	1	—	4	4	8	—
1901 weibl.	14	5	8	17	41	3	13	48	7	9	25	15	—	—	—	3	—	—	—	—	8	3	—
Febr. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	2	3	2	—	—	9	2	6	—
1901 weibl.	15	7	7	16	115	3	7	52	9	10	16	17	—	—	—	1	—	—	2	—	4	6	—
März männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	6	1	2	5	—	—	—	4	2	—
1901 weibl.	19	19	10	16	119	—	23	67	11	12	16	22	—	—	—	3	—	—	—	—	7	5	—
April männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	19	3	6	9	—	—	6	—	2	—
1901 weibl.	21	16	7	19	172	1	17	64	5	9	18	27	—	—	—	2	2	—	—	—	6	3	—
Mai männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	16	—	3	7	2	—	—	—	9	—
1901 weibl.	21	11	17	24	108	1	10	37	14	9	20	17	—	—	—	1	—	—	—	—	1	4	—
Juni männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	10	5	4	7	—	—	9	—	6	—
1901 weibl.	24	17	13	8	96	1	3	79	14	9	—	37	—	—	—	2	—	—	—	—	6	—	—
Juli männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	8	2	5	10	1	—	1	8	—	—
1901 weibl.	21	15	8	15	84	3	6	44	9	5	16	16	—	—	—	—	—	—	—	—	3	4	2
Aug. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	15	1	6	9	—	—	7	2	5	—
1901 weibl.	25	16	15	16	132	1	11	48	8	20	34	22	—	—	—	—	—	—	—	—	5	3	—
Sept. männl.	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	14	—	5	19	—	—	9	7	9	—
1901 weibl.	35	17	17	26	190	2	26	67	19	21	34	18	—	—	—	—	—	—	—	—	10	1	1
männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	2	141	15	44	77	6	4	55	28	58	—
weiblich	242	157	131	228	1325	21	134	691	139	138	234	238	—	—	—	12	3	—	2	—	57	34	4

nach Berufsarten. **Gesuche.**

Empfangsdamen	Reisende, Vertret. u. Agenten	Filialleiter	Köche u. Köchinnen (Hotel)	Kellner	Büffetiers	Weißzeugbeschließerinnen	Wäscherinnen	Büglerinnen	Friseure	Schneider und Näherinnen	Modistinnen	Taglöhner	Schreiner	Schlosser, Heizer und Werkmeister	Maler	Sekretäre und Aufseher	Ingenieure, Architekten und Techniker	Schreiber	Pfleger, Wärter und Bademeister	Kindergärtnerinnen und Erzieherinnen	Unterricht	Kutscher, Reit-, Pferde- und Stallburschen	Stickerinnen	Gärtner und Förster	Juweliere	Photographen	
24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	
—	1	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	3	1	2	—	2	3	6	8	—	54	1	—	—	—	—	104
2	—	—	—	2	2	—	—	7	38	86	9	—	—	—	—	—	—	3	13	6	79	—	1	—	—	—	718
—	—	—	—	—	—		—	—	—	—	—	1	—	2	—	—	—	1	5	—	17	3	—	1	—	1	62
—	—	—	1	—	—	—	3	6	41	48	—	—	—	—	—	—	—	1	13	8	41	—	1	—	—	1	441
—	—	1	1	—	—	—	—		—	—	—	2	—	—	—	—	—	1	—	—	20	3	—	2	—	—	59
—	—	—	—	—	1	—	—	3	13	28	—	2	—	—	—	—	—	1	3	2	18	—	—	—	—	—	175
—	—	—	—		—	—	—	—	—	—	—	1	1	2	—	2	2	1	3	—	59	9	—	10	—	—	122
1	—	1	1	—	—	—	—	2	21	46	1	1	—	—	—	—	—	—	11	13	76	—	—	—	—	—	893
—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	1	—	—	—	1	—	—	3	—	23	6	—	1	—	—	69
—	—	1	2	—	1	—	1	8	8	47	1	—	—	—	—	—	—	—	21	6	32	—	4	—	—	—	419
—	—	2	—	—	—	—	—		—	—	—	6	2	—	—	—	1	1	1	—	21	6	—	3	—	—	64
—	—	—	—	—	1	—	—	5	16	54	9	—	—	—	—	—	—	1	23	4	37	—	—	—	—	—	499
—	—	1	1	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1	1	2	—	1	1	3	—	32	—	—	—	—	—	89
—	—	—	1	—	—	—	—	9	13	35	8	—	—	—	—	—	—	2	14	9	37	—	—	—	—	—	517
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	5	2	—	25	—	—	4	—	—	76
—	—	—	3	—	—	1	1	1	7	15	3	3	—	—	—	—	—	—	13	5	29	—	1	—	—	—	377
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	1	5	—	3	1	1	—	5	—	41	—	—	2	—	—	103
—	—	—	6	—	—	—	3	4	10	18	—	—	—	—		—	—	1	24	7	15	—	1	—	—	—	398
—	1	—	1	—	—	—			—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	3	—	35	—	—	1	—	—	75
—	—	—	—	—	—	—	1	5	7	15	—	—	—	—	—	—	—	—	14	5	12	—	—	—	—	—	310
—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	1	3	1	—	—	5	1	6	—	38	—	—	1	1	—	104
—	—	—	—	—	—	—	3	6	9	49	3	—	—	—	—	—	—	2	11	6	38	—	2	—	—	—	485
—	—	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	3	—	1	—	1	3	—	—	11	1	—	1	—	—	86
—	—	3	—	—	1	1	1	6	24	73	7	—	—	—	—	—	—	3	15	7	82	—	1	—	—	—	708
—	2	5	3	2	—	—	—	—	2	2	—	21	19	8	6	6	14	20	34	—	376	29	—	26	1	1	1013
3	—	5	14	2	6	2	13	62	207	514	41	6	—	—	—	—	—	14	175	78	496	—	11	—	—	1	5440
																											6453

[(Anhang) Tabelle C 1')]

Angebote. **Intelligenzblatt durch Vermittlung**

		Dienstmädchen	Hausmädchen	Kindermädchen	Ammen	Jungfern	Kinderfräulein	Privat-Köchinnen	Stützen	Haushälterinnen	Diener	Verkäuferinnen	Kellnerinnen	Kutscher	Kindergärtnerinnen und Erzieherinnen	Bureau allgemein	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Oktober	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	2
1900	weiblich	2	10	3	—	4	1	30	—	3	—	—	—	—	2	—	55
Novbr.	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	2
1900	weiblich	1	6	2	1	—	1	24	—	—	—	—	—	—	1	—	36
Dezember	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	1	—	—	3
1900	weiblich	1	5	3	—	3	1	10	—	—	—	—	—	—	1	—	24
Januar	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	4
1901	weiblich	3	16	4	—	2	5	56	—	—	—	—	—	—	2	—	88
Februar	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	—	—	—	—	—	6
1901	weiblich	4	12	4	1	5	2	45	1	—	—	—	1	—	—	—	75
März	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	—	—	—	—	—	8
1901	weiblich	—	18	5	—	2	8	63	1	—	—	—	—	—	1	—	98
April	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	3
1901	weiblich	1	10	3	—	1	4	37	1	—	—	—	—	—	3	—	60
Mai	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	1	4
1901	weiblich	—	8	—	—	3	1	42	—	—	—	1	—	—	—	—	55
Juni	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	2	—	—	3
1901	weiblich	—	15	3	—	4	1	34	—	—	—	—	2	—	2	1	62
Juli	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
1901	weiblich	2	16	6	—	—	—	36	—	2	—	—	2	—	—	1	65
August	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	—	—	—	—	—	6
1901	weiblich	2	13	4	—	—	2	41	—	—	—	—	—	—	5	—	67
Septbr.	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	10	—	—	—	—	—	10
1901	weiblich	1	6	2	—	—	4	32	—	—	—	—	1	—	1	2	49
	männlich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	47	—	—	3	—	1	51
	weiblich	17	135	39	2	24	30	450	3	5	—	1	6	—	18	4	734
																	785

nach Berufsarten. **Gesuche.**

Monatfrauen	Dienstmädchen	Hausmädchen	Kindermädchen	Ammen	Jungfern	Kinderfräulein	Privat-Köchinnen	Stützen	Gesellschafterinnen	Haushälterinnen	Diener	Hausburschen	Verkäuferinnen	Büglerinnen	Näherinnen	Kellner	Hotel-Köchinnen	Büffetfräulein	Kutscher und Knechte	Kindergärtnerinnen und Erzieherinnen	Pflegerinnen	Unterricht	Bureau allgemein	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	9	—	—	—	—	1	—	—	1	—	—	—	—	11
2	23	90	22	3	7	12	55	1	—	7	—	—	1	—	2	—	6	—	—	3	2	—	—	236
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	4	—	—	—	2	—	—	2	—	—	—	—	11
1	6	58	12	2	1	1	36	—	1	5	—	—	3	—	—	1	11	—	—	1	1	—	—	140
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2
2	8	14	3	—	2	2	20	2	1	1	—	—	—	1	—	—	4	—	—	—	2	—	—	62
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	5
—	4	20	7	3	5	2	29	—	1	4	—	—	1	—	1	—	2	—	—	—	1	—	—	80
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1	—	—	—	—	—	—	3	—	2	1	—	8
—	5	24	11	5	4	5	33	1	—	2	—	—	—	—	—	—	5	1	—	1	2	—	—	99
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3
—	5	28	7	1	6	5	28	—	2	2	—	—	1	—	1	—	—	2	—	1	—	—	—	89
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	6
1	7	59	6	5	13	6	34	4	2	3	—	—	—	—	—	—	3	—	—	5	—	1	—	149
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	—	4
—	4	57	10	2	9	8	38	3	—	3	—	—	—	—	—	—	4	1	—	3	2	—	—	144
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	2	—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	12
—	10	49	15	—	5	7	32	1	2	5	—	—	—	—	—	—	5	—	—	3	2	3	—	139
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	1	—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	6
—	10	54	8	1	1	6	27	—	1	4	—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	1	—	—	117
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8
1	13	57	21	—	8	7	17	—	—	4	—	—	1	—	1	—	3	—	—	2	—	1	—	136
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	13	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	15
2	7	78	11	2	8	7	44	—	—	10	—	—	—	—	—	—	12	—	—	3	—	1	1	186
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	57	12	—	—	—	3	—	—	16	—	2	1	—	91
9	102	588	133	24	69	68	393	12	10	50	—	—	7	1	5	1	59	4	—	22	13	6	1	1577
																								1668

Angebote und Gesuche zusammen: 2453

[(Anhang) Tabelle C3]

Intelligenz-Blatt. **Zusammenfassung**

Datum	Arbeitsgesuche								
	unmittelbar				durch Vermittlung				Summe aller Gesuche
	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Geschlecht fraglich	Summe	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1900 Oktober . . .	104	718	—	822	11	236	—	247	1069
1900 November . .	62	441	—	503	10	140	1	151	654
1900 Dezember . .	59	174	1	234	2	62	—	64	298
1901 Januar . . .	120	388	7	515	5	80	—	85	600
1901 Februar . .	68	416	4	488	8	99	—	107	595
1901 März	63	499	1	563	3	88	1	92	655
1901 April	89	514	3	606	6	147	2	155	761
1901 Mai	76	376	1	453	4	144	—	148	601
1901 Juni	103	397	1	501	12	137	2	151	652
1901 Juli	75	308	2	385	6	117	—	123	508
1901 August . . .	104	484	1	589	8	136	—	144	733
1901 September .	86	707	1	794	15	185	—	200	994
Summa:	1009	5422	22	6453	90	1571	6	1667	8120

des Annoncenbestandes.

Arbeitsangebote									Vermittlungsbureau allgemein	Zusammen Annoncen
unmittelbar				durch Vermittlung				Summe aller Angebote		
an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe	an männliche Personen	an weibliche Personen	Geschlecht fraglich	Summe			
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
59	318	3	380	2	54	1	57	437	—	1506
55	252	1	308	2	36	—	38	346	—	1000
37	113	—	150	3	23	1	27	177	—	475
96	455	3	554	4	87	1	92	646	—	1246
75	480	—	555	6	75	—	81	636	—	1231
105	617	1	723	8	97	1	106	829	—	1484
88	470	6	564	3	60	—	63	627	—	1388
61	366	1	428	3	54	1	58	486	1	1088
68	313	2	383	3	58	3	64	447	1	1100
47	277	3	327	—	64	—	64	391	1	900
51	465	4	520	6	67	—	73	593	—	1326
92	373	1	466	10	46	1	57	523	3	1520
834	4499	25	5358	50	721	9	780	6138	6	14264

[(Anhang) Tabelle C4]

Intelligenz-Blatt.

Datum	Arbeitsgesuche															
	unmittelbar								durch Vermittlung							
	von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe		von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Geschlecht fraglich		Summe	
	1		2		3		4		5		6		7		8	
	M	Pf	M	Pf	M	Pf	M	Pf	M	Pf	M	Pf	M	Pf	M	Pf
1900 Oktober . .	73	95	380	25	—	—	454	20	8	70	151	75	—	—	160	45
1900 November .	64	45	209	35	—	—	273	80	6	—	80	20	—	90	87	10
1900 Dezember .	41	80	98	—	—	45	140	25	—	90	35	10	—	—	36	—
1901 Januar . .	94	15	204	85	4	30	303	30	2	10	34	30	—	—	36	40
1901 Februar . .	45	60	215	75	2	—	263	35	2	65	56	45	—	—	59	10
1901 März . . .	40	25	269	70	—	75	310	70	2	10	50	40	—	50	53	—
1901 April . . .	53	75	267	35	1	95	323	05	9	30	83	80	1	95	95	05
1901 Mai	49	90	207	15	1	20	258	25	2	85	76	40	—	—	79	25
1901 Juni . . .	76	40	210	10	—	40	286	90	4	20	82	25	2	40	88	85
1901 Juli	48	20	150	30	—	60	199	10	2	70	63	25	—	—	65	95
1901 August . .	59	55	248	15	3	75	311	45	4	80	74	80	—	—	79	60
1901 September .	55	55	357	35	—	—	412	90	3	75	103	—	—	—	106	75
Summa:	703	55	2818	30	15	40	3537	25	50	05	891	70	5	75	947	50

Kostenberechnung.

Arbeitsangebote																Vermittlungsbureau allgemein		Gesamt-Summe	
unmittelbar								durch Vermittlung											
an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe		an männliche Personen		an weibliche Personen		Geschlecht fraglich		Summe					
9		10		11		12		13		14		15		16		17		18	
ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰
77	45	216	—	4	20	297	65	1	20	36	60	—	45	38	25	—	—	950	55
75	30	193	55	1	20	270	05	2	55	24	75	—	—	27	30	—	—	658	25
52	85	90	65	—	—	143	50	—	60	19	35	1	20	21	15	—	—	340	90
85	65	323	35	1	65	410	65	1	35	77	40	1	20	79	95	—	—	830	30
100	65	349	80	—	—	450	45	2	10	67	80	—	—	69	90	—	—	842	80
104	15	429	—	1	20	534	35	4	20	89	25	1	05	94	50	—	—	992	55
129	—	320	35	6	65	456	—	1	95	58	20	—	—	60	15	—	—	934	25
86	15	248	75	—	60	335	50	5	60	47	85	1	35	54	80	1	05	728	85
99	30	246	95	1	50	347	75	5	—	47	40	3	15	55	55	—	60	779	65
44	30	190	50	3	35	238	15	13	95	48	60	—	—	62	55	—	90	566	65
52	65	294	90	5	70	353	25	4	35	52	35	—	—	56	70	—	—	801	—
97	90	250	65	1	20	349	75	4	05	38	85	1	35	44	25	3	15	916	80
1005	35	3154	45	27	25	4187	05	46	90	608	40	9	75	665	05	5	70	9342	55

Kleine Presse. Berufs-

		Monatfrauen	Hausmädchen	Diener	Hausburschen	Lehrlinge	Verkäuferinnen	Reisende und Vertreter	Friseure	Schuhmacher	Schneider	Direktricen	Kellner	Köche	Bäcker und Konditoren	Tagelöhner	Pflasterer und Steinhauer	Schreiner
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Oktober	männlich .	—	—	33	12	12	—	24	5	5	5	—	3	3	—	—	8	6
1900	weiblich .	34	33	—	—	5	12	—	—	—	5	5	—	2	—	—	—	—
Novbr.	männlich .	—	—	15	9	8	—	18	4	4	5	—	2	2	—	—	2	6
1900	weiblich .	15	15	—	—	4	9	—	—	—	4	4	—	2	—	—	—	—
Dezbr.	männlich .	—	—	25	7	6	—	12	8	4	4	—	2	2	—	—	—	—
1900	weiblich .	26	26	—	—	3	6	—	—	—	3	3	—	1	—	—	—	—
Januar	männlich .	—	—	29	11	11	—	22	6	6	7	—	1	1	—	5	4	9
1901	weiblich .	29	29	—	—	6	11	—	—	—	6	6	—	1	—	3	—	—
Februar	männlich .	—	—	25	11	10	—	22	8	8	8	—	2	1	3	—	5	7
1901	weiblich .	25	25	—	—	8	11	—	—	—	8	7	—	1	—	—	—	—
März	männlich .	—	—	32	16	16	—	34	12	11	12	—	1	—	2	—	6	10
1901	weiblich .	32	32	—	—	12	17	—	—	—	12	11	—	—	—	—	—	—
April	männlich .	—	—	24	10	10	—	21	6	6	6	—	5	2	4	12	5	5
1901	weiblich .	24	24	—	—	6	10	—	—	—	6	5	—	3	—	6	—	—
Mai	männlich .	—	—	24	4	4	—	10	2	2	3	—	3	1	3	—	2	5
1901	weiblich .	25	25	—	—	2	4	—	—	—	2	2	—	2	—	—	—	—
Juni	männlich .	—	—	22	6	5	—	12	3	4	4	—	3	1	2	1	9	1
1901	weiblich .	23	23	—	—	3	6	—	—	—	4	3	—	1	—	1	—	—
Juli	männlich .	—	—	16	5	5	—	11	2	2	2	—	2	1	4	1	6	10
1901	weiblich .	17	17	—	—	2	5	—	—	—	2	1	—	—	—	—	—	—
August	männlich .	—	—	20	5	4	—	10	2	2	2	—	1	1	2	—	4	—
1901	weiblich .	20	21	—	—	2	5	—	—	—	2	1	—	—	—	—	—	—
Septbr.	männlich .	—	—	20	6	5	—	12	2	3	3	—	—	—	—	5	—	4
1901	weiblich .	20	20	—	—	2	6	—	—	—	2	2	—	1	—	3	—	—
	männlich .	—	—	285	102	96	—	208	55	57	61	—	25	15	20	24	51	63
	weiblich .	290	290	—	—	55	102	—	—	—	56	50	—	14	—	13	—	—

Gliederung. **Angebote.**

Glaser	Mechaniker und gelernte Metallarbeiter	Maler und Weißbinder	Schreiber	Wärter	Unterricht	Kutscher und Knechte	Versicherungsbeamte	Maschinisten und Heizer	Färber	Buchbinder	Buchdrucker	Polsterer und Tapezierer	Gärtner und Förster	Graveure	Goldarbeiter und Ciseleure	
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
2	23	4	5	5	5	4	16	12	8	—	4	—	2	2	5	**213**
—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**101**
2	16	4	3	3	3	4	10	11	—	3	5	3	—	1	3	**146**
—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**56**
—	10	1	2	2	2	4	—	7	—	—	—	—	1	—	1	**95**
—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**70**
—	5	—	5	5	6	6	—	6	—	—	—	9	—	—	—	**154**
—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**96**
2	2	4	4	3	4	—	7	3	2	1	2	—	—	1	1	**146**
—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**89**
4	15	7	2	2	2	12	—	1	4	—	19	20	—	5	8	**253**
—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**118**
2	16	6	5	5	5	24	—	3	2	2	6	7	11	2	5	**217**
—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**89**
2	13	4	—	—	—	12	—	10	—	—	—	3	7	—	2	**116**
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**62**
2	5	5	6	6	5	6	—	—	—	—	3	3	1	—	1	**116**
—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**69**
3	7	4	6	5	6	8	—	4	1	1	4	2	2	—	1	**121**
—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**49**
4	13	9	3	2	8	14	—	2	—	—	1	—	9	—	3	**116**
—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**54**
1	5	2	3	2	8	12	4	—	—	—	—	—	3	1	2	**98**
—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**58**
24	130	50	44	40	44	106	37	59	17	7	44	47	36	12	32	**1791**
—	—	—	—	41	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	**911**
																2702

[(Anhang) Tabelle D2]

Kleine Presse. **Berufs-**

		Monatfrauen	Hausmädchen	Diener	Hausburschen	Lehrlinge	Verkäuferinnen	Reisende und Vertreter	Friseure	Schuhmacher	Schneider	Direktricen	Kellner	Köche
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Oktober	männlich . .	—	—	17	7	7	—	16	7	7	7	—	1	1
1900	weiblich . .	18	17	—	—	7	8	—	—	—	7	7	—	1
Novbr.	männlich . .	—	—	9	4	4	—	10	5	4	5	—	—	—
1900	weiblich . .	10	9	—	—	4	4	—	—	—	5	5	—	—
Dezbr.	männlich . .	—	—	6	3	3	—	6	4	4	4	—	—	—
1900	weiblich . .	7	7	—	—	4	3	—	—	—	4	3	—	—
Januar	männlich . .	—	—	10	3	3	—	7	4	4	3	—	—	1
1901	weiblich . .	10	10	—	—	4	3	—	—	—	4	2	—	1
Februar	männlich . .	—	—	2	5	5	—	11	2	3	3	—	—	—
1901	weiblich . .	1	2	—	—	2	5	—	—	—	2	2	—	—
März	männlich . .	—	—	4	—	—	—	2	1	2	1	—	—	—
1901	weiblich . .	5	4	—	—	1	1	—	—	—	1	1	—	1
April	männlich . .	—	—	3	2	2	—	5	1	2	2	—	1	1
1901	weiblich . .	4	3	—	—	1	3	—	—	—	2	1	—	—
Mai	männlich . .	—	—	3	3	2	—	6	3	3	3	—	1	—
1901	weiblich . .	3	3	—	—	3	2	—	—	—	3	3	—	1
Juni	männlich . .	—	—	4	2	1	—	4	1	2	2	—	3	2
1901	weiblich . .	3	4	—	—	1	2	—	—	—	2	1	—	2
Juli	männlich . .	—	—	5	1	—	—	2	3	4	4	—	—	1
1901	weiblich . .	4	5	—	—	3	1	—	—	—	4	2	—	—
August	männlich . .	—	—	6	1	1	—	3	2	3	3	—	—	—
1901	weiblich . .	6	6	—	—	2	2	—	—	—	2	2	—	—
Septbr.	männlich . .	—	—	3	2	2	—	5	4	4	4	—	—	—
1901	weiblich . .	3	3	—	—	4	2	—	—	—	4	3	—	—
	männlich . .	—	—	72	33	30	—	77	37	42	41	—	6	6
	weiblich . .	74	73	—	—	36	36	—	—	—	40	32	—	6

Gliederung. **Gesuche.**

Pflasterer und Steinhauer	Schreiner	Glaser	Mechaniker und gelernte Metallarbeiter	Maler und Weißbinder	Schreiber	Wärter	Unterricht	Kutscher und Knechte	Maschinisten und Heizer	Buchbinder	Drucker	Polsterer und Tapezierer	Gärtner und Förster	
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
—	—	—	1	1	6	6	6	5	2	—	—	—	—	97
—	—	—	—	—	—	7	—	—	—	—	—	—	—	72
1	—	—	1	1	4	4	4	2	2	—	—	—	—	60
—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	—	41
1	—	1	2	—	2	2	3	1	6	—	—	—	—	48
—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	31
—	—	—	—	—	5	4	4	1	—	—	—	—	—	49
—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	—	38
—	—	—	1	—	6	6	6	—	—	1	—	—	1	52
—	—	—	—	—	—	6	—	—	—	—	—	—	—	20
1	1	2	4	3	7	7	7	2	8	—	3	—	—	55
—	—	—	—	—	—	7	—	—	—	—	—	—	—	21
2	—	1	—	3	4	4	5	2	—	—	—	2	—	42
—	—	—	—	—	—	4	—	—	—	—	—	—	—	18
—	1	—	—	—	4	3	3	1	—	—	—	—	—	36
—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	21
—	—	—	1	—	3	3	3	1	2	—	—	—	—	34
—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	18
—	—	1	—	—	5	4	5	—	—	—	—	—	1	36
—	—	—	—	—	—	5	—	—	—	—	—	—	—	24
—	—	—	4	—	3	3	3	—	—	1	—	—	—	33
—	—	—	—	—	—	2	—	—	—	—	—	—	—	22
1	—	1	—	1	2	2	2	1	—	—	—	—	—	34
—	—	—	—	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	22
6	2	6	14	9	51	48	51	16	20	2	3	2	2	576
—	—	—	—	—	—	51	—	—	—	—	—	—	—	348
														924

[(Anhang) Tabelle E3]

Volksstimme. **Annoncenzahl**

Datum	Annoncen-Anzahl					
	Arbeitsgesuche			Arbeitsangebote		
	von männlichen Personen	von weiblichen Personen	Summe	an männliche Personen	an weibliche Personen	Summe
	1	2	3	4	5	6
1900 Oktober	—	5	5	34	12	46
1900 November	—	20	20	20	5	25
1900 Dezember	4	11	15	13	3	16
1901 Januar	4	41	45	21	15	36
1901 Februar	—	33	33	17	16	33
1901 März	10	49	59	30	20	50
1901 April	—	21	21	50	7	57
1901 Mai	—	7	7	20	3	23
1901 Juni	2	25	27	29	4	33
1901 Juli	—	83	83	8	11	19
1901 August	5	32	37	1	1	2
1901 September	—	19	19	21	1	22
Summa:	25	346	371	264	98	362

und Kostenberechnung.

Kostenberechnung														
Arbeitsgesuche						Arbeitsangebote						Summe aller Annoncen	Gesamtkosten	
von männlichen Personen		von weiblichen Personen		Summe		an männliche Personen		an weibliche Personen		Summe				
7		8		9		10		11		12		13	14	
ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	₰	ℳ	ℳ	₰
—	—	3	—	3	—	41	80	10	—	51	80	51	54	80
—	—	16	—	16	—	23	80	2	—	25	80	45	41	80
2	20	7	60	9	80	12	20	3	—	15	20	31	25	—
1	60	29	20	30	80	15	20	15	—	30	20	81	61	—
—	—	16	40	16	40	14	—	10	—	24	—	66	40	40
5	20	23	20	28	40	38	40	19	80	58	20	109	86	60
—	—	8	40	8	40	52	20	6	60	58	80	78	67	20
—	—	2	80	2	80	21	20	1	40	22	60	30	25	40
2	40	12	—	14	40	26	80	4	60	31	40	60	45	80
—	—	41	80	41	80	18	80	11	—	29	80	102	71	60
4	—	14	80	18	80	—	60	—	60	1	20	39	20	—
—	—	11	40	11	40	32	20	2	20	34	40	41	45	80
15	40	186	60	202	—	297	20	86	20	383	40	733	585	40

Allgemeiner Anzeiger für Druckereien.

Datum	Lithographen	Photographen	Setzer und Drucker	Redakteure	Reisende	Korrektoren und Faktoren
	1	2	3	4	5	6
1900 Oktober	146	58	396	26	29	23
1900 November	142	47	466	38	25	34
1900 Dezember	182	35	273	19	23	29
1901 Januar	212	60	434	22	22	32
1901 Februar	143	49	348	22	22	22
1901 März	151	61	376	23	23	23
1901 April	175	95	305	15	26	20
1901 Mai	185	92	279	23	33	37
1901 Juni	129	79	178	15	26	34
1901 Juli	130	61	194	12	17	27
1901 August	172	54	217	22	38	27
1901 September	103	44	242	23	18	15
Summa:	1820	735	3708	260	312	323

Zahl der Arbeits-Angebote.

Buchbinder	Geschäftsführer	Expedienten	Maler und Zeichner	Buchhalter	Diverse, Ingenieure, Stenographen zc.	Vertreter	Kontoristinnen	Gesamtzahlen der Annoncen
7	8	9	10	11	12	13	14	
20	19	5	1	26	—	4	—	753
12	36	11	2	31	3	1	—	848
17	24	7	7	18	4	—	—	588
14	45	11	10	29	1	4	1	907
12	25	6	4	21	—	4	5	683
14	24	9	5	32	—	6	—	747
9	20	9	2	29	—	3	—	708
5	18	7	3	39	—	1	1	723
7	8	4	2	18	—	5	1	506
9	14	6	2	14	—	7	1	494
8	11	9	1	25	—	3	—	587
13	8	9	4	19	—	—	—	498
140	252	93	43	301	8	38	9	8042

Allgemeiner Anzeiger für Druckereien. Zahl der Arbeitsgesuche.

Datum	Lithographen	Photographen	Setzer und Drucker	Redakteure	Reisende	Korrektoren und Faktoren	Buchbinder	Buchhalter	Geschäftsführer	Expedienten	Maler und Zeichner	Vertreter	Kontoristinnen	Schreiner	Kassierer	Verschiedenes	Vorsteher	Gesamtzahlen der Arbeitsgesuche
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1900 Oktober	372	62	966	55	17	53	28	60	32	12	25	2	2	—	—	1	—	1687
1900 November . . .	408	82	989	67	13	61	30	65	47	23	13	3	2	—	—	—	—	1803
1900 Dezember . . .	207	49	460	47	6	44	19	50	26	17	6	2	1	—	1	—	1	936
1901 Januar	457	72	933	65	16	59	39	65	59	23	9	3	2	—	—	1	—	1803
1901 Februar . . .	385	54	779	67	15	65	18	47	58	27	21	6	2	—	—	—	—	1544
1901 März	370	60	698	46	16	65	34	40	39	17	18	1	2	—	—	—	—	1406
1901 April	365	56	752	39	15	51	19	38	36	22	13	5	2	—	—	—	—	1413
1901 Mai	424	61	806	46	14	74	15	52	47	18	10	9	3	—	—	—	—	1579
1901 Juni	365	62	664	43	12	48	24	42	23	14	9	10	—	—	—	—	—	1316
1901 Juli	373	57	618	84	14	46	20	47	20	10	9	7	—	—	—	—	—	1305
1901 August	477	91	882	91	31	89	40	85	46	33	16	3	3	—	—	—	—	1887
1901 September . .	214	62	968	65	13	54	43	58	26	12	9	2	—	1	—	—	—	1527
Summa	4417	768	9515	715	182	709	329	649	459	228	158	53	19	1	1	2	1	18206

Annoncenzahl und Kostenberechnung.

Datum	Arbeitsgesuche			Arbeitsangebote			Summe der Annoncen	Gesamtkosten	
	Annoncenzahl	Kostenbetrag		Annoncenzahl	Kostenbetrag				
		M	Pf		M	Pf		M	Pf
1900 Oktober . .	1687	3551	25	753	3315	—	2440	6866	25
1900 November .	1803	3781	85	848	3543	—	2651	7324	85
1900 Dezember .	936	2086	85	588	2835	—	1524	4921	85
1901 Januar . .	1803	3914	90	907	3921	—	2710	7835	90
1901 Februar . .	1544	3324	85	683	3149	50	2227	6474	35
1901 März . . .	1406	3000	55	747	3671	—	2153	6671	55
1901 April . . .	1413	2974	15	708	3308	50	2121	6282	65
1901 Mai	1579	3280	85	723	3590	—	2302	6870	85
1901 Juni . . .	1316	2837	85	506	2375	—	1822	5212	85
1901 Juli	1305	2842	95	494	2489	50	1799	5332	45
1901 August . . .	1887	4147	20	587	2729	50	2474	6876	70
1901 September .	1527	3655	90	498	2229	—	2025	5884	90
Summa	18206	39399	15	8042	37156	—	26284	76555	15

Die Hauptberufsgruppe[n]

	Häusliche Dienste						Handelsgewerbe					
	Angebote			Gesuche			Angebote			Gesuche		
	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe
Oktbr. 1900 männl.	104	19	123	96	12	108	2 369	32	2 401	1 400	1	1 401
weibl.	2 198	419	2 617	1 824	543	2 367	644	9	653	299	1	30…
Novbr. 1900 männl.	40	15	55	52	4	56	2 250	36	2 286	1 346	11	1 35…
weibl.	1 671	310	1 981	1 251	424	1 675	542	6	548	217	7	32…
Dezbr. 1900 männl.	48	8	56	58	5	63	1 828	20	1 848	999	4	1 00…
weibl.	998	174	1 172	592	198	790	347	12	359	156	3	15…
Januar 1901 männl.	66	14	80	70	4	74	2 612	73	2 685	1 381	1	1 38…
weibl.	3 053	467	3 520	1 031	272	1 303	692	21	713	271	2	27…
Febr. 1901 männl.	62	21	83	66	4	70	2 488	46	2 534	1 086	4	1 09…
weibl.	2 645	371	3 016	1 148	231	1 379	618	18	636	227	6	23…
März 1901 männl.	95	32	127	89	4	93	2 799	62	2 861	1 297	6	1 30…
weibl.	3 620	467	4 087	1 319	282	1 601	785	19	804	309	6	31…
April 1901 männl.	75	18	93	86	5	91	2 563	47	2 610	1 176	6	1 18…
weibl.	2 809	363	3 172	1 329	372	1 701	587	7	594	265	6	271
Mai 1901 männl.	68	16	84	78	3	81	2 336	83	2 419	1 263	6	1 26…
weibl.	2 166	388	2 554	1 294	370	1 664	455	41	496	240	7	24…
Juni 1901 männl.	63	19	82	84	10	94	2 223	96	2 319	1 314	9	1 32…
weibl.	2 242	430	2 672	1 307	390	1 697	568	56	624	209	6	21…
Juli 1901 männl.	30	12	42	66	5	71	1 970	87	2 057	1 202	10	1 21…
weibl.	1 984	372	2 356	1 236	317	1 553	652	51	703	206	8	21…
August 1901 männl.	50	13	63	105	9	114	2 398	105	2 503	1 389	4	1 39…
weibl.	2 852	460	3 312	1 469	408	1 877	685	50	735	264	3	26…
Septbr. 1901 männl.	92	30	122	103	14	117	2 098	107	2 205	1 321	7	1 32…
weibl.	2 451	343	2 794	2 029	505	2 534	469	38	507	346	1	34…
männl.	793	217	1 010	953	79	1 032	27 934	794	28 728	15 174	69	15 24…
weibl.	28 689	4 564	33 253	15 829	4 312	20 141	7 044	328	7 372	3 009	56	3 06…

im sämtlichen Material.

Bekleidung und Reinigung						Beherbergung und Erquickung						Baugewerbe					
Angebote			Gesuche			Angebote			Gesuche			Angebote			Ges.		
unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe	unmittelbar	durch Vermittl.	Summe
835	—	835	71	—	71	44	22	66	39	1	40	579	—	579	48	—	48
815	—	815	650	2	652	318	69	387	53	55	108	7	—	7	10	—	10
485	—	485	68	—	68	27	23	50	20	5	25	309	3	312	55	1	56
497	—	497	611	—	611	245	82	327	40	42	82	8	—	8	14	—	14
306	2	308	41	—	41	32	13	45	22	1	23	212	—	212	35	—	35
451	—	451	294	1	295	270	40	310	32	17	49	2	—	2	5	—	5
392	—	392	58	—	58	38	43	81	23	2	25	297	2	299	56	1	57
1 090	1	1 091	497	8	505	348	64	412	57	15	72	13	—	13	11	—	11
514	—	514	51	—	51	62	43	105	22	1	23	326	1	327	69	—	69
924	—	924	444	4	448	328	69	397	28	43	71	7	—	7	13	—	13
1 233	2	1 235	39	—	39	72	50	122	26	1	27	786	2	788	62	—	62
1 391	—	1 391	510	3	513	466	86	552	64	42	106	5	—	5	10	—	10
884	4	888	49	—	49	98	65	163	24	—	24	790	1	791	77	—	77
1 140	4	1 144	472	—	472	379	108	487	45	6	51	2	—	2	5	—	5
883	1	884	38	—	38	59	60	119	30	—	30	558	—	558	73	—	73
754	1	755	299	4	303	417	85	502	68	41	109	9	—	9	18	—	18
486	2	488	40	—	40	79	79	158	30	1	31	508	1	509	55	—	55
1 087	2	1 089	364	—	364	327	78	405	36	48	84	8	—	8	11	—	11
332	—	332	60	—	60	43	72	115	12	—	12	456	3	459	78	—	78
662	1	663	443	3	346	399	62	461	51	53	104	5	—	5	4	—	4
285	2	287	48	—	48	62	37	99	34	—	34	444	1	445	72	1	73
729	—	729	501	2	503	426	73	499	39	10	49	—	—	—	2	—	2
555	1	556	78	—	78	34	22	56	18	—	18	370	1	371	76	2	78
729	3	732	608	1	609	369	105	474	42	15	57	3	—	3	3	—	3
7 190	14	7 204	641	—	641	650	529	1179	300	12	312	5 635	15	5 650	756	5	761
10 269	12	10 281	5 693	28	5 621	4 292	921	5213	555	387	942	69	—	69	106	—	106

[(Anhang) Tabelle H 1]

Arbeitsangebote. **Annoncen über Lehrlinge**

Datum		Generalanzeiger											
		Kaufmännische						Apotheker					
		Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Auswärtige		
		Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis
		Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M
Oktober	männlich	102	647	129,40	3	25	7,50	—	—	—	—	—	—
1900	weiblich	87	297	74,30	3	23	6,90	—	—	—	—	—	—
Novbr.	männlich	56	423	84,60	3	34	10,20	—	—	—	—	—	—
1900	weiblich	59	284	56,80	2	21	6,30	—	—	—	—	—	—
Dezbr.	männlich	69	463	92,60	9	90	27,—	—	—	—	—	—	—
1900	weiblich	17	79	15,80	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Januar	männlich	235	1653	413,25	26	198	69,30	1	12	3,—	4	20	7,—
1901	weiblich	75	371	92,85	4	30	10,50	—	—	—	—	—	—
Februar	männlich	310	2113	528,25	16	207	72,45	—	—	—	—	—	—
1901	weiblich	64	344	86,—	7	49	17,15	—	—	—	—	—	—
März	männlich	407	2700	674,90	27	248	86,70	3	20	5,—	3	21	7,35
1901	weiblich	151	811	202,75	4	24	8,40	—	—	—	—	—	—
April	männlich	263	1771	442,80	11	112	39,20	1	9	2,25	—	—	—
1901	weiblich	116	576	144,—	5	34	11,90	—	—	—	—	—	—
Mai	männlich	96	627	156,70	10	92	32,20	—	—	—	—	—	—
1901	weiblich	70	414	103,70	8	52	18,20	—	—	—	—	—	—
Juni	männlich	65	260	109,25	10	98	34,45	—	—	—	—	—	—
1901	weiblich	59	293	73,25	3	15	5,25	—	—	—	—	—	—
Juli	männlich	111	752	188,15	7	63	22,05	—	—	—	4	38	13,30
1901	weiblich	53	294	73,50	—	—	—	—	—	—	—	—	—
August	männlich	116	779	194,75	10	86	30,10	—	—	—	2	34	11,90
1901	weiblich	77	440	110,—	2	12	4,20	—	—	—	—	—	—
Septbr.	männlich	151	1028	257,15	8	68	23,80	—	—	—	—	—	—
1901	weiblich	77	415	103,75	1	6	2,10	—	—	—	—	—	—
Total:	männlich	1981	13216	3272,30	140	1321	454,95	5	41	10,25	13	113	39,55
	weiblich	905	4618	1136,70	39	266	90,90	—	—	—	—	—	—

Kaufm. Lehrlinge u. Lehrmädchen: Angebote pro Annonce hiesige 6,6 Zeilen, auswärtige 9,8 Zeilen.

und Lehrmädchen. **Arbeitsangebote.**

Intelligenzblatt						Frankfurter Zeitung						Generalanzeiger					
Kaufmännische						Kaufmännische						Schlosser, Mechaniker					
Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Auswärtige		
Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis
Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M	Anzahl		M
9	70	10,50	—	—	—	15	151	60,40	8	104	41,60	22	56	11,20	—	—	—
2	8	1,20	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
14	105	15,75	—	—	—	14	130	52,—	6	57	22,80	12	25	5,—	—	—	—
4	50	7,50	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
10	74	11,10	—	—	—	12	122	48,80	6	87	34,80	7	15	3,—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
33	243	36,45	—	—	—	37	400	180,—	8	82	36,90	19	52	13,—	3	54	18,90
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
35	298	44,70	—	—	—	27	331	148,95	20	240	108,—	40	128	32,—	1	3	1,05
1	4	—,60	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
57	398	59,70	—	—	—	42	433	194,85	25	307	138,15	116	346	86,50	1	3	1,05
8	57	8,55	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
25	185	27,60	—	—	—	13	169	76,05	6	48	21,60	138	427	106,75	1	4	1,40
10	67	10,05	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
5	45	6,75	—	—	—	10	111	49,95	12	134	60,30	50	138	34,50	—	—	—
1	6	—,90	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
7	65	9,75	—	—	—	15	139	62,55	7	55	24,75	37	88	22,—	—	—	—
4	26	3,90	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
3	18	2,70	—	—	—	10	110	49,50	2	27	12,15	19	66	16,50	—	—	—
3	14	2,10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
31	214	32,10	—	—	—	10	81	40,05	16	165	74,25	26	82	20,50	—	—	—
5	23	3,45	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
28	197	29,55	—	—	—	11	89	40,05	3	31	13,95	14	48	12,—	—	—	—
6	37	5,55	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
257	1912	286,65	—	—	—	216	2266	1003,15	119	1337	589,25	500	1471	362,95	6	64	22,40
44	292	43,80	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Kaufm. Lehrlinge und Lehrmädchen: Gesuche pro Annonce hiesige 7,4 Zeilen, auswärtige 9,9 Zeilen.

Arbeitsangebote. **Annoncen über Lehrlinge**

Datum		Generalanzeiger												Intelligenz-Blatt		
		Spengler, Klempner, Installateure u. s. w.						Schmiede u. s. w., Gold- und Silberpoliererinnen						Schlosser		
		Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Auswärtige			Hiesige		
		Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis
		Anzahl		ℳ	Anzahl		ℳ	Anzahl		ℳ	Anzahl		ℳ	Anzahl		ℳ
Oktbr. 1900	männlich	7	17	3,40	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	4	—,6
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Nov. 1900	männlich	4	31	6,20	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Dez. 1900	männlich	4	24	4,80	—	—	—	1	3	—,60	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Jan. 1901	männlich	6	21	5,25	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	6	—,9
	weiblich	—	—	—	—	—	—	2	6	1,50	—	—	—	—	—	—
Febr. 1901	männlich	10	30	7,25	—	—	—	14	66	16,50	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
März 1901	männlich	22	66	16,50	1	4	1,40	22	90	22,50	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	1	8	2,—	—	—	—	—	—	—
April 1901	männlich	53	137	34,25	2	8	2,80	11	40	10,—	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mai 1901	männlich	19	48	12,—	—	—	—	4	14	3,50	1	3	1,05	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Juni 1901	männlich	7	17	4,25	—	—	—	2	4	1,—	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Juli 1901	männlich	6	15	3,75	—	—	—	2	5	1,25	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Aug. 1901	männlich	7	15	3,75	—	—	—	1	2	—,50	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Sept. 1901	männlich	6	12	3,—	—	—	—	4	8	2,—	—	—	—	—	—	—
	weiblich	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Total:	männlich	151	433	104,40	3	12	4,20	61	232	57,85	1	3	1,05	3	10	1,5
	weiblich	—	—	—	—	—	—	3	14	3,50	—	—	—	—	—	—

Metallarbeiter-Lehrlinge: Angebote hiesige pro Annonce 3,0 Zeilen, auswärtige 7,9 Zeilen.

und Lehrmädchen. **Arbeitsgesuche.**

Generalanzeiger						Frankfurter Zeitung						Int.-Blatt			Generalanzeiger					
Kaufmännische						Kaufmännische						Kaufmänn.			Schlosser, Spengler ꝛc.					
Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Auswärtige			Hiesige			Hiesige			Auswärtige		
Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis	Annoncen	Zeilen	Preis
Anzahl		M.	Anzahl		M.	Anzahl		M.	Anzahl		M.	Anzahl		M.	Anzahl		M.	Anzahl		M.
8	44	8,40	—	—	—	4	27	10,80	7	90	38,40	1	5	—,50	1	7	1,40	—	—	—
9	38	7,60	1	13	3,90	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
6	36	7,20	1	8	2,40	8	82	32,80	7	86	34,40	—	—	—	1	2	—,40	1	7	2,10
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
7	52	10,40	—	—	—	14	146	58,40	2	12	4,80	—	—	—	1	4	—,80	1	7	2,10
2	22	4,40	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
22	136	34,—	3	22	7,70	20	199	89,55	8	81	36,45	1	8	1,20	1	7	1,75	—	—	—
8	40	10,—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
11	56	14,—	1	8	2,80	19	153	68,85	6	62	27,90	2	13	1,30	2	10	2,50	1	10	3,50
8	32	8,—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
12	71	17,75	1	5	1,75	12	92	41,40	11	119	53,55	2	17	1,70	2	6	1,50	1	4	1,40
9	36	9,—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	6	—,60	—	—	—	—	—	—
20	128	32,—	3	23	8,05	21	212	95,40	8	89	40,05	—	—	—	6	25	5,75	—	—	—
6	22	5,50	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
15	121	30,25	—	—	—	10	113	50,85	11	118	53,10	—	—	—	1	4	1,—	1	6	2,10
6	22	5,50	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
5	39	9,75	1	15	5,25	12	133	53,85	13	144	64,80	1	6	—,60	3	24	6,—	1	4	1,40
4	16	4,—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	3	—,30	—	—	—	—	—	—
9	80	20,—	3	33	11,55	16	138	64,10	3	33	14,85	1	9	—,90	1	2	—,50	—	—	—
4	15	3,75	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
9	47	11,75	—	—	—	22	201	90,45	9	100	45,—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
12	49	12,25	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	6	—,60	—	—	—	—	—	—
12	79	19,75	4	46	16,10	16	198	89,10	9	12	54,45	6	57	5,70	—	—	—	—	—	—
5	24	6,—	—	—	—	2	20	9,—	1	8	3,60	3	19	1,90	—	—	—	—	—	—
136	889	215,25	17	160	55,60	174	1694	745,55	94	946	468,75	14	115	11,90	19	91	21,60	6	38	12,60
83	316	76,—	1	13	3,90	2	20	9,—	1	8	3,60	6	24	2,80	—	—	—	—	—	—

Metallarbeiter-Lehrlinge: Gesuche hiesige pro Annonce 4,8 Zeilen, auswärtige 6,3 Zeilen.

Thalacker & Schöffer, Leipzig.

„Volkswohl-Schriften"

Herausgegeben von Dr. V. Böhmert.

U. a. erschienen folgende Hefte:

Heft 1. **Der Kampf gegen die Unsittlichkeit.** Von Prof. Dr. Victor Böhmert. Vierter unveränderter Abdruck. Preis 40 Pf.

Heft 3. **Dr. Barnardos Liebeswerke in London.** Mit 20 Bildern aus Barnardos Büchern. Von Dr. Wilhelm Bode. Preis 60 Pf.

Heft 5. **Die Reform der Geselligkeit und der Wirtshäuser.** Von Prof. Dr. Victor Böhmert. Preis 40 Pf.

Heft 6. **Modethorheiten.** Dritte durchgesehene Auflage. Von Dr. med. E. Meinert. Preis 80 Pf.

Heft 8. **Wie nährt man sich gut und billig?** Von Fritz Kalle. Zweite, vermehrte Auflage. 1. bis 3. Abdruck. Preis 40 Pf.

Heft 10. **Die gewerbliche Ausbildung der lohnarbeitenden Mädchen.** Von Dr. Otto Kamp. Preis 40 Pf.

Heft 12. **Die Bestrebungen zur Veredlung der Volkserholungen.** Vortrag von Prof. Dr. Victor Böhmert. Preis 40 Pf.

Heft 14. **Arbeitslosigkeit, Bettelei und Wanderverpflegung.** Unter besonderer Berücksichtigung sächsischer Verhältnisse beleuchtet von Dr. Otto Krause, Herbergsvorstand in Annaberg i. Erzgebirge.

Heft 16. **Volksbildung und Volkserholung.** Von Prof. Dr. Victor Böhmert. Preis 40 Pf.

Heft 19. **Rechtsschutzvereine für Frauen.** Von Fräulein Cäcilie Dose. Preis 40 Pf.

Heft 22. **Volksparks, eine Lebensfrage für große und kleine Gemeinden.** Von Dr. Victor Böhmert. Preis 40 Pf.

Heft 25. **Die Verbindung zwischen Schule und Haus.** Von K. Günther, Mittelschullehrer in Posen. Preis 60 Pf.

Heft 26. **Die Wohlfahrtspflege auf dem Lande.** Von Professor Dr. Victor Böhmert in Dresden. Preis 40 Pf.

Heft 27. **Volksgeselligkeit** von Professor Dr. Victor Böhmert mit einem Berichte über **Kindergeselligkeit** von Landrichter Dr. Karl Böhmert. Preis 40 Pf.

Heft 28. **Wie wirtschaftet man gut und billig** bei einem jährlichen Einkommen von 800—1000 Mark? Herausgegeben von der Volkstümlichen Ausstellung für Haus und Herd in Dresden. Preis 20 Pf.

Heft 29. **Wie wirtschaftet man gut und billig** bei einem jährlichen Einkommen von 1400—2000 Mk.? Herausgegeben von der Volkstümlichen Ausstellung für Haus und Herd in Dresden. Preis 20 Pf.

Heft 30. **Ratschläge für die erste Einrichtung eines jungen Haushalts.** Herausgegeben im Auftrage der Ausstellungsleitung. Preis 20 Pf.

Bei Bezug von Partien, auch wenn dieselben aus verschiedenen Heften der Volkswohl-Schriften zusammengesetzt sind, tritt eine entsprechende Ermäßigung ein.

Frühere Veröffentlichungen der Centrale für private Fürsorge, Frankfurt a. M.

	ℳ
Neue Erscheinungen auf dem Gebiete der privaten Fürsorge in Frankfurt a. M. 1900 und Jahresbericht der Centrale, 28 S.	—,25
Vom Felde der privaten Fürsorge in Frankfurt a. M. 1901 (enthält u. a. Griesheimer Unglück, Reichswaisenhäuser, Land-Aufenthalt, Centrale und Armenamt), 40 S.	—,50
Vom Felde der privaten Fürsorge in Frankfurt a. M. 1902 (enthält u. a. Fürsorge für Erholungsbedürftige (Referat von Dr. Klumker), Gründung der Frankfurter Walderholungsstätten, Ferienwanderungen für Schülerinnen und dergleichen, 52 S., 6 Illustr.	—,50
Vom Felde der privaten Fürsorge in Frankfurt a. M. 1903 (96 S.) nebst Jahresbericht der Centrale, 24 S.	—,50
Die private Fürsorge in Frankfurt a. M. Ein Hand- und Nachschlagebuch	2,—
Ausbildungskurse in der Fürsorgearbeit 1904, enthält neben dem Bericht über die Kurse folgende Abhandlungen: E. Hochstädter, Der Hauspflegerverein. — Dr. Benario, Fürsorgestellen für Tuberkulöse. — Dr. Klumker, Die Technik der Anstaltsverwaltung. — W. Polligkeit, Die minderwertigen Kinder in der modernen Gesetzgebung. — Dr. Spann, Berufsvormundschaft für uneheliche Kinder, 101 S.	1,—
Klumker, Dr. **Chr. J., Erfahrungen mit der Fürsorgeerziehung** (Sonder-Abdruck aus der Monatsschrift für Kriminalpsychologie und Strafrechtreform, herausgegeben von Prof. G. Aschaffenburg, Jg. 1904), 10 S.	—,20
Polligkeit, W., Strafrechtsreform und Jugendfürsorge, Verlag von Hermann Beyers Söhne, Langensalza, brosch.	—,50

Ferner erschienen bei G. Fischer in Jena:

Beiträge zur Armenstatistik I:
Armenstatistik einiger deutschen Städte für das Jahr 1896/1897, herausgegeben von Dr. Chr. J. Klumker. 1902. L. und 260* und 41 S.

Bei Gg. Reimer, Berlin:

Spann, Dr. Othmar, Die Stiefvaterfamilie unehelichen Ursprunges. Mit einem Nachworte von Dr. Chr. J. Klumker. 1904, 42 S.

Bei O. V. Böhmert, Dresden:

Probleme der Fürsorge, herausgegeben von Dr. Chr. J. Klumker.
2. Band: **Untersuchungen über die uneheliche Bevölkerung in Frankfurt a. M.** Von Dr. Othmar Spann.
180 S., XXII Tab. Mk. 4,40
3. Band: **Die Kinder der fabrikarbeitenden Frauen und ihre Verpflegung;** mit besonderer Berücksichtigung der Crimmitschauer Arbeiterinnen. Von Dr. Feld.

Druck von Thalacker & Schöffer, Leipzig.

D.M.

